

Producción,
circulación y
reproducción
académicas en
el campo de la
comunicación
en México

Raúl Fuentes Navarro (coord.)
Karla Margarita Ramírez y Ramírez
Gabriela de la Torre Escoto



Producción,
circulación y
reproducción
académicas en
el campo de la
comunicación
en México

Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México

Raúl Fuentes Navarro (coord.)
Karla Margarita Ramírez y Ramírez
Gabriela de la Torre Escoto



La presentación y disposición de *Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México* son propiedad del editor. Aparte de los usos legales relacionados con la investigación, el estudio privado, la crítica o la reseña, esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, en español o cualquier otro idioma, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia, o cualquier otro, inventado o por inventar, sin el permiso expreso, previo y por escrito del editor.

D.R. © 2004, Instituto Tecnológico y de Estudios
Superiores de Occidente (ITESO),
Periférico Sur Manuel Gómez Morín 8585,
Tlaquepaque, Jalisco, México, CP 45090.

ISBN 968-5087-65-2

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

ÍNDICE

Presentación	7
<i>Raúl Fuentes Navarro</i>	
La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: una propuesta de re–conocimiento para el campo de estudios de la comunicación	11
<i>Raúl Fuentes Navarro</i>	
Destellos de la comunicación:	47
la diseminación de conocimiento a través de las publicaciones académicas	
<i>Karla Margarita Ramírez y Ramírez</i>	
La reproducción del campo académico de la comunicación en México: un análisis de las tesis de maestría (1996–2000)	85
<i>Gabriela de la Torre Escoto</i>	
Referencias bibliográficas	129

PRESENTACIÓN

Raúl Fuentes Navarro

La investigación académica sobre la comunicación en México ha sido caracterizada por mí y por otros colegas como un campo emergente, con base en análisis sistemáticos de sus procesos de institucionalización y profesionalización. Algunos indicadores de su carácter emergente como especialidad científica en proceso de legitimación son el número de programas de posgrado acreditados en el padrón respectivo, el número de investigadores reconocidos como miembros del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) y la inscripción de dos revistas académicas en el índice correspondiente del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

No obstante, la investigación académica sobre la comunicación se ha desarrollado en las universidades mexicanas en medio de condiciones poco favorables. El desproporcionado crecimiento de los programas y estudiantes en el nivel de licenciatura (más de 50,000 estudiantes en casi 300 programas) en contraste con el desarrollo limitado del posgrado; la rápida evolución y creciente trascendencia de los fenómenos socioculturales de referencia y la fragilidad de los marcos teórico–metodológicos disponibles para su estudio, así como la insuficiencia de los recursos destinados a su consolidación, especialmente en

términos multidisciplinarios, han impuesto tendencias de aislamiento y desarticulación que los sujetos investigadores deben remontar con esfuerzos extraordinarios, fundamentados sobre todo en la convicción utópica que muchos de ellos comparten.

Aunque la institucionalización de las prácticas de investigación académica de la comunicación se inició en los años setenta en México, se han reconocido antecedentes de producción en el campo desde los años cincuenta. Sin embargo, se han constatado en repetidas ocasiones graves carencias de circulación y referencia de los aportes publicados en los trabajos que deberían acumular críticamente el conocimiento sobre los objetos de estudio. El campo académico de la comunicación acusa, entre sus principales problemas estructurales, un amplio desconocimiento de sus propios productos.

Por ello, en continuidad con los esfuerzos realizados a lo largo de más de dos décadas de manera simultánea en el ámbito de la documentación, el de la reflexión analítica y el de la docencia en y sobre el campo de la comunicación, planteé en el año 2000 un proyecto orientado a “recuperar, sistematizar y poner a disposición de los investigadores en ejercicio y en formación los documentos que permitan construir los estados de la cuestión pertinentes a sus proyectos, al mismo tiempo que disponer de una base de información que facilite la evaluación continua de la producción del campo”, con la intención de “contribuir a incrementar la reflexividad necesaria para orientar, desde los agentes y las instituciones académicas, las acciones estratégicas para consolidar y legitimar el propio campo”.

Este proyecto de desarrollo de bases de información, titulado “La investigación académica sobre comunicación en México 1950–2000” (aunque su cobertura se ha ampliado hasta 2003), fue aprobado por el CONACYT para recibir apoyo financiero durante tres años (referencia R34247–s), a lo largo de los cuales se realizaron desde el Departamento de Estudios Socioculturales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) las múltiples actividades implicadas. Entre los objetivos del proyecto se incluyó el de “apoyar la formación de investigadores mediante la incorporación de estudiantes de posgrado al proyecto para realizar tesis que analicen algunos aspectos pertinentes del desarrollo del campo académico de la comunicación en México”.

Este libro es uno de los productos resultantes de tal proyecto. En él se incluyen, además de un ensayo en que adelanto algunas de las líneas de reflexión sobre el campo académico de la comunicación que propongo para la discusión, los resúmenes de dos tesis presentadas en la Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la ciencia y la cultura del ITESO, realizadas por Karla Margarita Ramírez y Ramírez y Gabriela de la Torre Escoto, quienes decidieron asociarse al proyecto y trabajar con mi dirección sendos análisis de la producción académica mexicana sobre la comunicación.

En los dos trabajos de tesis se realizó un esfuerzo notable de apropiación de los contextos pertinentes y de desarrollo de categorías analíticas que permitieran sistematizar e interpretar de forma adecuada la abundante información generada. Karla Ramírez trabajó sobre las tres principales revistas académicas del campo y Gabriela de la Torre sobre las tesis presentadas en tres programas de maestría. En ambos casos, los “recortes” se orientaron hacia la exploración de procesos de institucionalización del campo académico que se objetivan en productos textuales: en el análisis de las revistas se buscó evidenciar las estrategias institucionales de diseminación del conocimiento, y en el análisis de las tesis de maestría la operación de mecanismos de reproducción institucionalizada de la comunidad de investigadores.

Cabe señalar, orgullosamente, que el trabajo de Karla Ramírez obtuvo el primer lugar en la categoría de tesis de maestría en el XVII Premio Nacional de Trabajos Receptivos de Comunicación, correspondiente a 2002–2003, del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).

Es importante advertir, por último, que de acuerdo con los estudios previos sobre el campo académico de la comunicación en México, hay una tendencia clara a la concentración de la producción de conocimiento en sólo unas cuantas universidades. Las tesis realizadas por Karla Ramírez y Gabriela de la Torre, analizan productos de seis de ellas: las revistas editadas por la Universidad de Guadalajara, la Universidad de Colima y la Universidad Autónoma Metropolitana–Xochimilco, y las tesis de las maestrías de la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Iberoamericana y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. El hecho de que estos análisis se hayan rea-

lizado desde el ITESO, institución que sin duda forma parte también del mismo grupo de universidades en que más sólidamente se cultivan los estudios sobre la comunicación en México, es una evidencia más de que la colaboración y el intercambio interinstitucional son factores indispensables para el desarrollo científico y social del campo.

LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE SENTIDO SOBRE LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE SENTIDO:

*una propuesta de re-conocimiento para
el campo de estudios de la comunicación*

Raúl Fuentes Navarro

[...] objetos móviles, nómadas, de contornos difusos, imposibles de encerrar en las mallas de un saber positivo y rígidamente parcelado. Hacia allá apunta el desafío: en las transformaciones de la sensibilidad que emergen en la experiencia comunicacional, hay un fermento de cambios en el saber mismo, el reconocimiento de que por allí pasan cuestiones que atraviesan por entero el desordenamiento de la vida urbana, el desajuste entre comportamientos y creencias, la confusión entre realidad y simulacro.

(Martín-Barbero, 2001: 15–16).

Introducción

La última década del siglo XX, enfática y repetidamente caracterizada en muy diversos ámbitos discursivos por la recomposición de casi todas las estructuras económicas, políticas y culturales del mundo contemporáneo, y por un insidioso espíritu de cambio de época, de transición histórica, instaló en muchos círculos intelectuales la urgencia ineludible del cuestionamiento de gran parte de las premisas sobre las que se han fundado el trabajo académico y las articulaciones de la producción y la circulación social del conocimiento científico con la toma de decisiones y la distribución del poder en y entre las sociedades. Bajo la imprecisa pero sugerente noción de globalización, se ha congregado un enorme conjunto de debates, cada vez más implicados entre sí, y las certezas disminu-

yen, tanto en número como en distinción y alcance práctico. Una conclusión parece imponerse: la relativa estabilidad de los esquemas de pensamiento con respecto al mundo está lejos de restablecerse, suponiendo que se reconozca algún momento de equilibrio en el pasado reciente.¹

A propósito del movimiento orientado a repensar las ciencias sociales, el investigador brasileño Renato Ortiz ha advertido, con razón,

que deben evitarse dos actitudes: [...] una de ellas, la más conservadora, consiste en tomar a los clásicos como fundadores de un saber acabado, lo que nos conduciría por necesidad a una mineralización del pensamiento. [...] La actitud inversa la representaría el creer que todo ha cambiado, que los tiempos actuales, flexibles, demandarían una ciencia social radicalmente distinta e incompatible con lo que hasta entonces se ha practicado (1999: 20–21).

En ese sentido, Ortiz se suma a las posturas críticas que abogan por una visión histórica amplia y una consideración renovada de los procesos de institucionalización, profesionalización y legitimación de las ciencias sociales, a partir de las cuales habría que emprender su reestructuración.

En el núcleo de estos debates se ubica la cuestión de la disciplinarietà, es decir, de la especialización del trabajo de investigación y de enseñanza y de la erección consecuente de fronteras entre especialidades que, institucionalizadas, estructuran el desarrollo científico. Hace ya algunas décadas que la sociología de las ciencias adoptó como postulado central esta consideración:

Las instituciones son procesos sociales que han alcanzado un grado considerable de permanencia y de legitimidad percibida. La ciencia se institucionaliza en las universidades en la forma de actividades de enseñanza

1. La Comisión Gulbenkian (Wallerstein *et al*, 1996) ubica el origen de las transformaciones históricas requeridas en la actualidad para “abrir las ciencias sociales” en 1945, conforme a la reestructuración del sistema-mundo resultante de la segunda guerra mundial.

e investigación. La estructura organizacional del sistema universitario adquiere su propio peso y dinámica, por ejemplo, mediante la separación entre disciplinas por motivos intelectuales, mediante la formalización de procedimientos para el reclutamiento o la asignación de recursos, mediante su dependencia de autoridades estatales o patronatos privados, entre otros aspectos. En consecuencia, aunque la estructura del mundo académico puede convertirse en un obstáculo para la innovación científica, a veces es posible que los científicos usen la dinámica social del sistema universitario para obtener apoyo y aceptación para nuevas aventuras intelectuales (Lemaine *et al*, 1976: 17).

En años más recientes, la Comisión Gulbenkian para la Reestructuración de las Ciencias Sociales formuló como el dilema central de las ciencias sociales, “la superación de la actual estructura de la disciplina” (Wallerstein *et al*, 1996: 1–2) y por ello analizó históricamente los procesos de disciplinarización desde el siglo XVIII hasta la actualidad, argumentando que ese patrón de desarrollo resulta insostenible:

Hemos tratado de indicar de qué modo la trayectoria histórica de la institucionalización de las ciencias sociales condujo a algunas grandes exclusiones de la realidad. La discusión sobre esas exclusiones significa que el nivel de consenso acerca de las disciplinas tradicionales ha disminuido [...] Lo que parece necesario no es tanto un intento de transformar las fronteras organizativas como una ampliación de la organización de la actividad intelectual sin atención a las actuales fronteras disciplinarias [...] En suma, no creemos que existan monopolios de la sabiduría ni zonas de conocimiento reservadas a las personas con determinado título universitario (Wallerstein *et al*, 1996: 102–103 y 105–106).

Esta comisión incluyó a los estudios de la comunicación, las ciencias administrativas y las ciencias del comportamiento entre los campos interdisciplinarios

que, después de la segunda guerra mundial, manifestaron un “cuestionamiento interno considerable en torno a la coherencia de las disciplinas y la legitimidad de las premisas intelectuales que cada una de ellas había utilizado para defender su derecho a una existencia separada” (Wallerstein *et al*, 1996: 52), y a los estudios culturales como uno de los principales impulsores de la reestructuración tanto de las disciplinas tradicionales (la economía, la sociología y la ciencia política) como de la integración de los supercampos de las ciencias naturales, las ciencias sociales y las humanidades (Wallerstein *et al*, 1996: 70–75), en un nuevo patrón emergente, que puede llamarse “postdisciplinización”, es decir, un movimiento hacia la superación de los límites entre especialidades cerradas y jerarquizadas, y el establecimiento de un campo de discursos y prácticas sociales cuya legitimidad académica y social depende más de la profundidad, extensión, pertinencia y solidez de las explicaciones que produce, que del prestigio institucional acumulado por un gremio encerrado en sí mismo (Fuentes Navarro, 1996a). Al bosquejar esta reestructuración de las ciencias sociales, el Informe de la Comisión Gulbenkian centró su interés, autorreflexivo, en la praxis:

¿Cuáles son las implicaciones de los múltiples debates ocurridos desde 1945 dentro de las ciencias sociales para el tipo de ciencia social que debemos construir ahora?, e implicaciones para qué, exactamente? Las implicaciones intelectuales de esos debates no son del todo consonantes con la estructura organizacional de las ciencias sociales que heredamos. Así, al tiempo que empezamos a resolver los debates intelectuales, debemos decidir qué hacer en el nivel organizacional. Es posible que lo primero sea más fácil que lo segundo (Wallerstein *et al*, 1996: 76).

Y, no obstante la dificultad, la tarea de “abrir las ciencias sociales” en una escala mundial desde el espacio de los departamentos universitarios es prioritaria e implica la discusión tanto como la acción: “Nosotros no nos encontramos en un momento en que la estructura disciplinaria existente se haya derrumbado. Nos encontramos en un momento en que ha sido cuestionada y están tratan-

do de surgir estructuras rivales. Creemos que la tarea más urgente es que haya una discusión completa de los problemas subyacentes” (Wallerstein *et al*, 1996: 105). Además, hay que impulsar las relaciones interinstitucionales, los programas integrados de investigación interdepartamental, la adscripción simultánea de los profesores y de los estudiantes de posgrado a dos departamentos y otros mecanismos que fomenten la autorganización, la clarificación intelectual y “la eventual reestructuración completa de las ciencias sociales” (Wallerstein *et al*, 1996, 111–114).

En México y en América Latina pueden identificarse algunas tendencias interpretables como movimientos hacia esa reestructuración postdisciplinaria de las ciencias sociales que, con el tiempo, el apoyo y el consenso suficientes para fortalecerse y extenderse, podrían llegar a bosquejar una situación más promisorias que la actual. Uno de los signos del movimiento en tal sentido lo representa, precisamente, la proliferación de análisis y diagnósticos de las disciplinas dentro de las cuales se han generado proyectos y hasta programas completos de investigación que rompen sus fronteras tradicionales, tanto por el lado de los objetos como por el de los métodos, reforzando la especialización y la fragmentación, y al mismo tiempo, socavando la identidad profesional de las disciplinas.

A su vez, la necesidad de responder a los desafíos de cambios tan veloces y radicales en los entornos socioculturales, ha obligado a muchos investigadores sociales a establecer diálogos y debates transdisciplinarios y a incorporar visiones antes ajenas a su trabajo. También, sin duda, han contribuido a ello los mecanismos oficiales de evaluación y de reconocimiento que interpelan y afectan intereses prácticos e inmediatos, que resultan comunes a todos los investigadores. De la conjunción de todos estos factores es de donde surge la posibilidad de un nuevo orden.

Si se reconoce en la práctica que especialización y disciplinarización no son sinónimos, sino que la segunda es una forma propia del siglo XIX para controlar a la primera, y que está abierta la puerta para la reestructuración postdisciplinaria de las ciencias sociales en una forma adecuada al siglo XXI, esta hipótesis puede extenderse y profundizarse para la comprensión de las tendencias que con vendría impulsar estratégicamente, pues como señala el ya citado Renato Ortiz, trascender las divisiones disciplinarias

significa otorgar al trabajo intelectual una dimensión donde las ciencias sociales se realicen de la mejor manera posible; lo que significaría un contrapeso necesario a los mecanismos de institucionalización y a los procesos rutinarios del saber, a la fragmentación del pensamiento y a la reproducción de las luchas por el poder al interior del campo intelectual (1999: 35).

Visto desde los estudios de la comunicación, este panorama permite —y exige— una revisión crítica de las implicaciones que, para su desarrollo y legitimación académica y social, es necesario reconocer como fundamentos de su institucionalización, no sólo, pero particularmente en México. Poner en discusión algunas premisas al respecto es el objetivo de este trabajo,² que reasume y rearticula argumentos presentados en diversos ensayos y análisis empíricos en los años más recientes.³

La exposición está organizada en tres partes, con las que se trata de articular una argumentación consistente que vaya de lo más abstracto a lo más concreto, sobre un eje de problematización estructural e histórica de los estudios sobre la comunicación. En un primer momento se formulan algunos problemas de *legitimación*; en el segundo ciertos problemas de *institucionalización* y en el tercero de *profesionalización* de estos estudios, y en cada una de estas partes se intenta plantear con claridad algunas cuestiones epistemológicas cuya discusión parece más urgente.⁴

Como premisa de entrada, se postula la existencia de un campo académico en el sentido de Bourdieu (1988a, 2000), desde cuyo interior se intenta suscitar

2. Discusión que, en el ámbito de trabajo más cercano, ha tomado ya forma pública. Puede constatarse como referencia explícita en los números 30 y 31 de *Comunicación y Sociedad*: Fuentes Navarro (1997a y 1997b) y Sánchez Ruiz (1997).
3. En especial, retomo la ponencia inaugural pronunciada el 7 de noviembre de 2002 en el III Seminário Interprogramas de Pós-Graduação em Comunicação, celebrado en la Escola de A Comunicações e Artes de la Universidade de São Paulo, en conjunto con la Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), bajo el tema “Epistemologia da comunicação”. La versión original de esta ponencia está incluida en el libro editado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes, coordinadora del seminario (Fuentes Navarro, 2003a).
4. “[Como punto de partida] entiendo que la expresión ‘Epistemología de la Comunicación’ refiere a una dimensión constitutiva, interna, fundamental, del propio campo académico de la

una discusión reflexiva sobre sus procesos de institucionalización, social y cognoscitiva al mismo tiempo, entre agentes capacitados para orientar y reorientar sus procesos de estructuración.⁵ Consciente e intencionalmente, se plantea un uso heurístico del modelo de campo como marco interpretativo y referencial (Velasco Gómez, 2000),⁶ tal como se ha hecho para el análisis empírico de la estructuración del campo en México (Fuentes Navarro, 1998).

Los campos, estructuradores y reproductores de la vida social en las sociedades modernas, son para Bourdieu espacios estructurados en los que hay reglas del juego y objetos por los que se juega. Es decir, en cada campo hay intereses específicos que son irreductibles a los objetos e intereses propios de otros campos, y que sólo son percibidos por quienes están dotados del *habitus* correspondiente o cultura (de una época, de una clase o de un grupo) en tanto que interiorizada (“incorporada”) por el individuo bajo la forma de “disposiciones

comunicación en el que reflexionamos como agentes calificados e interesados sobre ella, independientemente de que desde otras perspectivas pueda referirse a un cuestionamiento immanente, exterior o pretendidamente ‘superior’, realizado por otros. Si la epistemología como disciplina filosófica, como teoría del conocimiento, puede aportar todavía un criterio útil para orientar nuestra práctica, es una pregunta que mi incompetencia profesional en el terreno de la filosofía me impide abordar con seriedad, por lo que no niego su eventual pertinencia. Pero si lo que hacemos es en algún sentido ‘científico’, y con mayor razón si no lo es, deberíamos ser capaces de demostrar la consistencia y utilidad de nuestro conocimiento refiriéndolo a las propias condiciones y procedimientos con que lo producimos. Porque hay sin duda una insatisfacción generalizada con el estado actual del campo, y su futuro depende, en buena medida, de la manera en que interpretemos y estructuremos la creciente dispersión intelectual, ideológica y política que lo caracterizan. Ahora sí, y no como cuando Berelson lo afirmó en los años cincuenta, el campo parece estarse ‘desvaneciendo’ cuando más se espera de él” (Fuentes Navarro, 2003a: 19).

5. El término campo, como muchos otros empleados en la actualidad en las ciencias sociales y las humanidades, y en la revisión misma de las condiciones de desarrollo de sus especialidades, es peligrosamente polisémico. Entre sus diversas acepciones, se ha utilizado traducido del inglés (*field*) para denominar simplemente, “territorialmente”, un área de estudio o una disciplina. En mis propios análisis de la institucionalización (social e intelectual) de los estudios académicos sobre la comunicación en México, he preferido el empleo que en francés (*champ*) le ha dado Bourdieu, como “espacio” sociocultural de posiciones objetivas donde los agentes luchan por la apropiación del capital común.
6. “Pero al mencionar a Bourdieu como la fuente primera de mi propuesta, debo aclarar que no soy un ‘bourdiano’, pues he encontrado mayor potencia heurística en los postulados de la teoría de la estructuración de Giddens y otros autores, para desarrollar el análisis del campo en el que me sitúo como agente, en múltiples dimensiones articuladas y desde una perspectiva sociocultural de la comunicación” (Fuentes Navarro, 2003a: 19).

duraderas” que constituyen el principio de su acción (Bourdieu, 1988b: 22). De manera que, al considerar los campos científicos como campos de producción simbólica, no pueden entenderse sus productos (conocimiento) sin tomar en cuenta a los agentes productores (investigadores) y las condiciones sociales (institucionalizadas) de su producción (Bourdieu, 2000). En este sentido, el *habitus* es a un tiempo un “oficio”, un capital de técnicas, de referencias, y un conjunto de creencias que comparten los investigadores que integran el campo.

El *habitus* es a la vez un sistema de esquemas de producción de prácticas y un sistema de esquemas de percepción y de apreciación de las prácticas y, en los dos casos, sus operaciones expresan la posición social en la cual se ha construido. En consecuencia, el *habitus* produce prácticas y representaciones que están disponibles para la clasificación, que están objetivamente diferenciadas; pero que no son inmediatamente percibidas como tales más que por los agentes que poseen el código, los esquemas clasificatorios necesarios para comprender su *sentido* social (Bourdieu, 1988b: 134).

La “teoría de los campos” concibe, entonces, a la actividad científica como generadora de productos simbólicos cuyo sentido compartido es la clave primordial de su propia transformación, y la caracteriza como un proceso sociocultural e ideológico fundado en la trama de las relaciones sociales (Bourdieu, 1988a), es decir, como una red de prácticas de comunicación. La especificidad del campo científico radica en el interés que pone en juego: en él se lucha por el “monopolio de la competencia científica”, según proyectos que son a la vez teóricos y políticos. En otras palabras, no pueden distinguirse determinaciones de las prácticas que sean puramente científicas o puramente sociales: “La lucha por la autoridad científica es necesariamente una lucha al mismo tiempo política y científica; su única singularidad es que opone entre sí a productores que tienden a no tener otros clientes que sus mismos competidores” (Bourdieu, 2000: 18).

La relación entre *habitus* e instituciones (historia encarnada e historia objetivada del campo, respectivamente) según Bourdieu, así como la relación

entre actores y estructuras según Giddens (1984), permiten sustentar teóricamente, por un lado, el carácter dialéctico de la mutua constitución entre prácticas e identidades subjetivas y los campos o sistemas objetivos, es decir, la dinámica de la reproducción sociocultural, y por otro, la posibilidad de objetivar esas relaciones mediante el análisis de las formaciones discursivas con que los sujetos se las representan como “significados” (que son el producto de la interpretación subjetiva de la información del entorno) y las comparten como “sentido” (que es el producto pragmático de la interacción comunicativa entre sujetos).⁷

La legitimación del campo académico de la comunicación

Independientemente del tiempo y el espacio que se propongan como escala para identificar el campo académico de la comunicación y sus condiciones de desarrollo, en el centro de ese proceso histórico se encuentra de manera recurrente la cuestión de su legitimación, siempre en debate, invariable objeto de lucha, tanto al interior como al exterior del propio campo. Cuando se discuten las condiciones de la legitimidad intelectual de estos estudios, es decir, cuando se apela al análisis epistemológico de los esquemas, discursos y saberes que se postulan como válidos, y se confrontan los criterios de evaluación para calificar o descalificar perspectivas que no son la propia, no se pueden eludir los factores sociopolíticos que, en diversas escalas, determinan ese análisis también en sus dimensiones ontológica, ética y organizativa o social.

Quizá no sobra recordar que una vez que fue desplazado el proyecto del empirismo lógico del centro de la discusión filosófica sobre el conocimiento científico, con las certezas dogmáticas que proporcionaba a sus adherentes, la

7. De esta manera, el concepto de campo académico (homologable al de campo científico), operado autorreflexivamente desde su correspondiente *habitus* en un proceso de “objetivación participante” (Bourdieu, 1989), sirve para captar de forma analítica las relaciones entre los sistemas de representaciones que subyacen a las prácticas de sujetos empíricos. Estas prácticas, a su vez, constituyen el propio campo como espacio de tensiones entre sujetos, entre sujetos y estructura, y entre la estructura y el entorno sociocultural en que se constituye el campo.

epistemología de las ciencias, comenzando por las naturales, se ve tensionada por la convicción de que el conocimiento debe referirse válidamente a alguna realidad, como sostenía Popper, y de que es un conocimiento histórica y socialmente construido, como lo propuso Kuhn.⁸ El “criterio de demarcación”, la distinción entre el conocimiento científico y el no científico, es ahora, en vez de una norma de unificación, un objeto más de discusión, sometido tanto a las condiciones de la racionalidad como a las del poder.

Por ello en el campo científico los conflictos epistemológicos son siempre conflictos políticos. Pero habría que considerar con mayor detenimiento que esto está relacionado de manera directa con el grado de autonomía conquistado por el campo. Si la definición de lo que está en juego en la lucha científica forma parte de la misma lucha, por lo que según Bourdieu, “los dominantes son aquellos que logran imponer una definición de la ciencia según la cual la realización más perfecta consiste en tener, ser y hacer aquello que ellos tienen, son y hacen” (2000: 20), es indispensable reconstruir desde su origen las definiciones en pugna, y apreciar en qué medida y de qué manera su formulación e institucionalización dependen de agencias de poder internas y externas al campo. Porque, otra vez según Bourdieu,

las reivindicaciones de legitimidad obtienen su legitimidad de la fuerza relativa de los grupos cuyos intereses expresan: en la medida en que están en juego en la lucha la definición misma de los criterios de juicio y de los principios de jerarquización, nadie es un buen juez porque no hay juez que no sea, al mismo tiempo, juez y parte interesada (2000: 22).

Para el campo académico de la comunicación, cuya constitución es tan reciente como incipiente, y debido a sus pretensiones de cientificidad, tengan o no fundamento válido, estas cuestiones siguen sin duda abiertas y hacen muy pertinente la indagación histórica. Porque quizá persista la tentación de aceptar que es

8. Véase una reconstrucción de la famosa polémica desatada por la publicación de *La estructura de las revoluciones científicas*, de Thomas S. Kuhn, en Fuentes Navarro (1994).

válida la imposición de un solo modelo de futuro, o de considerar la diversidad de fundamentos como un defecto. Y habría que ver, por ejemplo, qué hay en común en la estructura de producción del conocimiento y la reproducción de la comunidad de practicantes, entre el campo de la comunicación en la actualidad y el de la óptica en el siglo XVII, que Thomas Kuhn describió de la siguiente manera:

Quien por primera vez entraba en este campo se veía expuesto inevitablemente a toda una variedad de puntos de vista contradictorios [...] El hecho de que el principiante tuviera que hacer una elección y luego conducirse de acuerdo con ella no impedía que estuviese consciente de las demás posibilidades. Este modo de educación tenía, obviamente, más posibilidades de producir un científico libre de prejuicios, alerta a los fenómenos nuevos y flexible en la manera de enfocar su campo (1982: 254).

Una postura semejante parece adoptar James Anderson, un destacado profesor norteamericano, que escribió en la introducción de su libro sobre los fundamentos epistemológicos de las teorías de la comunicación hace unos cuantos años, que en la actualidad

sería notable un colega que no conversara, al menos, con algo del menú de las revoluciones kuhnianas, la arqueología foucaultiana, el deconstruccionismo derrideano, el deseo lacaniano, la dialógica bahktiniana, la semiótica peirceana, la hermenéutica alemana y la teoría feminista, así como con las búsquedas de fin de siglo de James, Dewey y similares (1996: 1).

Para él, la necesidad de adquirir y mantener certidumbres críticas, sobre todo en las prácticas institucionalizadas de la formación universitaria de investigadores, justifica la revisión de las teorías como prácticas, a partir de una epistemología que descarta el recurso a la autoridad incuestionable de la ciencia, pero

no a las consecuencias de la construcción y reproducción social e institucional de esa “autoridad”.

El debate sobre la legitimidad intelectual de los estudios sobre la comunicación, que expresa en buena medida la lucha por legitimar ciertas perspectivas y por consiguiente deslegitimar otras, en función de un poder diferencialmente construido y distribuido, ha tenido sin duda como escenario principal al sistema académico norteamericano, cuyo análisis puede ser muy ilustrativo para los propósitos latinoamericanos, pues es ahí donde parece haberse impuesto en las últimas décadas un pluralismo muy ambivalente y confuso, sospechosamente coincidente con la creciente concentración y expansión global de las industrias mediáticas.

Así, puede explicarse por qué lo que comenzó a principios de los años ochenta como una búsqueda de claridad sobre el “fermento en el campo”, entendido como una crisis de paradigmas en términos más o menos epistemológicos (*Journal of Communication. Ferment in the field*, 1983), ha derivado en una polémica multidimensional y en el reconocimiento de una fragmentación en apariencia irresoluble, que entre muchas otras consecuencias ha suscitado un interés muy crítico por la historia, intelectual y social, del propio campo. Habría que interpretar desde ahí por qué, después de una década, el debate norteamericano se reformuló alrededor del “futuro del campo” (*Journal of Communication. The future of the field: between fragmentation and cohesion*, 1993) o en el imperativo de definir los estudios de medios (Levy y Gurevitch, 1994), para empezar por los títulos bajo los cuales se publicó la polémica.

Si bien George Gerbner, el editor de la publicación de 1983, concluyó que las oposiciones entre conocimiento básico y aplicado, entre ciencia y arte, entre análisis cuantitativo y cualitativo, entre investigación administrativa y crítica, “no se sostienen ni lógicamente ni prácticamente con independencia de las razones históricas que lo hicieron creer así”, y que “el fermento en el campo [...] atestigua la vitalidad de la disciplina y su capacidad de acometer las tareas críticas” (1983: 362), Mark Levy y Michael Gurevitch, editores a su vez de la edición de 1993, plantearon de entrada que “el ansia por descubrir un paradigma universal de la comunicación ha sido sustituida por una cómoda aceptación del pluralismo teórico”, que “al saber académico de la comunicación le falta *status* disci-

plinario porque carece de un núcleo de conocimiento y por tanto la legitimidad institucional y académica sigue siendo una quimera”, y que “la guerra fría política ha terminado, pero las batallas ideológicas y metodológicas —como las que se dan entre los deterministas psicológicos, culturales, económicos, textuales y tecnológicos— continúan fragmentando nuestro campo” (1993: 4).

Aun sin referencia a un número especial que, a mediados de 2003, tendría que continuar la secuencia autorreflexiva canalizada en apariencia cada diez años por la publicación principal de la International Communication Association (ICA), es indudable que muchos de los términos y posiciones del debate se han internacionalizado y complejizado. Tres de estas posiciones sostenidas por autores norteamericanos, al menos, parecen en especial interesantes para la reconstrucción epistemológica:

Una, es la del ya mencionado James Anderson, quien sostiene que “la teoría debe tener un objeto de su explicación, una forma explicativa, un método para relacionar evidencias con postulados, explicaciones características dentro de un rango de desempeño, y una consecuencia valoral”, por lo cual articula siete criterios, en forma de preguntas, correspondientes a los planos de la ontología, la epistemología, la praxeología y la axiología, que propone en conjunto para buscar una explicación racional a la “cualidad y la manera de las creencias que fundamentan nuestro trabajo académico”, en el cual se inculca a los estudiantes (1996: 2–5). Y deja a ellos, a los lectores, la construcción de las respuestas, después de analizar 18 diferentes teorías de la comunicación. El comentario de Klaus Krippendorff ante este libro posmoderno requeriría una reflexión adicional:

En vez de ofrecer respuestas simples a las preguntas epistemológicas que inevitablemente surgen de las teorías, traza numerosas distinciones entre comunidades de académicos que alegan tener esas respuestas, y así nos muestra cómo el estudio académico de la comunicación se hace en el proceso de comunicar sobre la comunicación (Anderson, 1996, solapa).

Otra postura sin duda muy interesante es la del propio Krippendorff, alguna vez y todavía reconocido por su manual de análisis de contenido (1980), quien ha participado en el debate constatando la necesidad de elaborar desde otras bases epistemológicas un concepto de comunicación no centrado ya en los mensajes como realidades objetivas, que afectan a quienes se exponen a ellos y que crean una comunalidad social de la cual hay que evitar las desviaciones (1994: 42). En cambio, habría que construir una radicalmente

nueva y virtuosa síntesis, en que se vea a los seres humanos, primero, como seres cognitivamente autónomos; segundo, como practicantes reflexivos de la comunicación con los otros (y esto incluye a los científicos sociales en el proceso de sus investigaciones); y tercero, como interventores moralmente responsables, si no es que creadores de las realidades sociales en las que terminan viviendo (1994: 48).

Con bases constructivistas, en algunos momentos radicales, Krippendorff plantea, así, un proyecto epistemológicamente reflexivo y éticamente orientado, del cual serían responsables los académicos de la comunicación, como agentes que a su vez reconocen la capacidad de los otros actores sociales para dar cuenta de sus prácticas. Los ejes de una revisión crítica del campo y los fundamentos de su reconstitución teórica, no podrían ser entonces puramente epistemológicos sino que deberían articular los factores de ejercicio de poder y de legitimidad con la construcción de los significados.

Pero es quizá John Durham Peters el autor que aporta los planteamientos más radicales y estimulantes para el debate. Su libro *Hablar al aire: una historia de la idea de la comunicación* cuestiona la pertinencia de cualquier análisis que no tome en cuenta que

en gran parte del discurso contemporáneo, «comunicación» existe como una suerte de plasma germinal conceptual malformado e indiferenciado. Rara vez una idea ha sido tan infestada de lugares comunes.

Porque «comunicación» ha llegado a ser propiedad de políticos y burócratas, tecnólogos y terapeutas, todos ansiosos por demostrar su rectitud como buenos comunicadores. Su popularidad ha rebasado a su claridad. Aquellos que buscan hacer teóricamente preciso el término para el estudio académico, han terminado a veces sólo formalizando el miasma a partir de la cultura más en general. La consecuencia es que el pensamiento filosóficamente más rico sobre la comunicación, tomada como el problema de la intersubjetividad o las rupturas en la comprensión mutua, se encuentra frecuentemente en aquellos que hacen poco uso de esa palabra (1999: 6).

Peters argumenta que “la noción de teoría de la comunicación no es más vieja que los años cuarenta (cuando significaba una teoría matemática del procesamiento de señales), y nadie había aislado la «comunicación» como un problema explícito hasta las últimas dos décadas del siglo XIX” (1999: 9–10). Como objeto de debate intelectual, ubica a la comunicación sobre todo en los contextos posteriores a la primera y la segunda guerras mundiales y justifica su estudio en la actualidad, y por lo tanto, la clarificación de sus fundamentos, en tanto que “«comunicación» es una rica maraña de hebras intelectuales y culturales que codifica las confrontaciones de nuestro tiempo consigo mismo. Comprender la comunicación es comprender mucho más” (1999: 2).

Esta puede considerarse como la veta central de la problematización epistemológica del campo, pues al mismo tiempo que la comunicación se convierte en un principio cada vez más importante del sentido en todos los ámbitos de la existencia social, según la *doxa* imperante, la academia no logra constituir un sistema de conocimiento que vaya más allá de la reproducción de esa *doxa*, de ese conocimiento cotidiano acrítico y funcional, con el que la ciencia tendría que romper. Siguiendo a Bourdieu, podrían entonces interrogarse los constitutivos comunes entre las comunidades de académicos que sostienen propuestas divergentes pero comparten esa imposibilidad de construir un conocimiento y un método crecientemente autónomos de la determinación social, externa al campo pero incorporada e institucionalizada en él. Y en esos términos, lo que habría que distinguir es el conocimiento científico de esa *doxosofía*, “ciencia aparente y

ciencia de la apariencia” (Bourdieu, 2000: 46), que sobre todo con un tinte tecnologicista y a partir de la irrupción de la Internet en el horizonte cotidiano durante la última década, ha proliferado en el campo y alrededor de él.⁹

Peters sugiere, pues, que “comprender la comunicación es comprender mucho más”, comprender “las confrontaciones de nuestro tiempo consigo mismo”, fórmula paralela a aquella que argumentó Jesús Martín-Barbero hace más de una década en el sentido de que la comunicación ocupa un “lugar estratégico para pensar la modernidad”, razón fundamental por la que su estudio debe de ser transdisciplinario:

La expansión e interpenetración de los estudios culturales y de la comunicación no es fortuita ni ocasional. Ello responde al lugar estratégico que la comunicación ocupa tanto en los procesos de reconversión cultural que requiere la nueva etapa de modernización de nuestros países, como en la crisis que la modernidad sufre en los países centrales. No es posible comprender el escenario actual de los estudios de comunicación, y aún menos trabajar en su prospectiva, sin pensar esa encrucijada (Martín-Barbero, 1992: 30).

Puede constatarse que muchos analistas de la contemporaneidad, ubicados en muy distintas posiciones del espectro ideológico y científico, están proponiendo al conocimiento, a la información, a la comunicación, como ejes centrales de construcción de un mundo nuevo, al mismo tiempo que se expanden por el mundo y se concentran en poquísimos núcleos de control las industrias del sector. Parece que la idea de que haya un desplazamiento acelerado de los factores económicos y políticos hacia los simbólicos y culturales en los núcleos de la transformación social no resulta tan descabellada como en los siglos anteriores. Las finanzas mundiales y las elecciones en muchos países, como México en 2000, así lo hacen pensar. Para algunos, el siglo XXI estará marcado por la importancia creciente de las relaciones simbólicas, en vez de la de las relacio-

9. Para un mayor desarrollo de la misma argumentación desde este ángulo de análisis, véase Fuentes Navarro (2000a).

nes materiales, en la estructuración de la realidad global. La comunicación, quizá con la Internet como paradigma, sería así la clave central de la globalización. ¿Pero qué significan, en cada uno de los autores que así lo argumentan, conocimiento, información y comunicación, y qué relaciones conceptuales proponen entre estos términos? Por mencionar sólo una de las múltiples preguntas que tendrían que seguir a esta: ¿y qué tienen que ver los medios, como instituciones industriales, en ello?

Dejar sin abordar con rigor estas cuestiones básicas produce un efecto de disgregación tal en el campo, que sólo es en apariencia paradójico que prevalezca un “pluralismo” superficial y acrítico, sea bajo la imagen de la especialización o de la interdisciplinariedad, y en realidad se impongan así el pensamiento único y la instrumentalización de la comunicación y sus recursos. Como corolario de su *Historia de las teorías de la comunicación* (1997) y al menos desde *Pensar sobre los medios* (1987), así lo habían advertido ya los Mattelart:

El pragmatismo que caracteriza a los estudios operativos impregna cada vez más las maneras de decir la comunicación. De ello resulta que el campo en su conjunto experimenta cada vez más dificultades para desprenderse de una imagen instrumental y conquistar una verdadera legitimidad como objeto de investigación en su integridad, tratado como tal, con el distanciamiento indisociable de una gestión crítica (Mattelart y Mattelart, 1997: 126).

En ese movimiento, que sin duda seguirá siendo objeto de debate durante las próximas décadas, la epistemología es una clave principal para legitimar científica y socialmente al campo de estudios de la comunicación, en consonancia con la relevancia, real o imaginada, que el poder y la historia han otorgado a su objeto.

En suma, parece evidente que la autonomía científica del campo de estudios de la comunicación es muy baja y tiende a decrecer aún más, lo cual implica que la acumulación y distribución de saberes están sujetas a que se entrometan no sólo intereses ajenos al conocimiento dentro del campo sino a que se impongan desde su exterior las definiciones de qué y cómo, por qué y para qué produ-

cirlos y reproducirlos en la institución universitaria, con la apariencia de cientificidad que esta otorga, pero con la densidad de crítica intelectual más baja que sea posible. Y, no obstante, hay un proceso creciente aunque no mayoritario de reflexión crítica y modificación práctica de las condiciones por las cuales el campo se aleja de un estado, que nunca ha tenido, de monopolio de la legitimidad científica y social en un grupo, perspectiva o modelo. La situación presente, entonces, requiere de una articulación muy delicada de reflexión epistemológica con análisis sociológicos y ético-políticos de los intrincados procesos de su legitimación institucional, pues en el fondo, es una lucha ideológica que cruza por la territorialización.

La institucionalización del campo académico de la comunicación

Aunque puede sostenerse la convicción de que en el debate norteamericano y europeo sobre la historia y futuro del campo de la comunicación pueden encontrarse aportes fundamentales para los análisis críticos que, desde el espacio académico latinoamericano nadie más que los latinoamericanos puede hacer, convendría mucho distinguir entre “los tres modos de relación del trabajo académico con las concepciones y modelos de comunicación hegemónicos: dependencia, apropiación, invención”, que Jesús Martín-Barbero propuso hace casi dos décadas y siguen siendo esenciales para avanzar en el análisis de la institucionalización de los saberes sobre la comunicación. Dejando de lado por ahora la invención, resalta

La dependencia que, transvestida de liberalismo intelectual y eclecticismo posmoderno, concluye que ‘todo vale’, o sea que todas las concepciones ‘son iguales’ y por lo tanto tienen los mismos derechos. Derechos que, en países de desarrollo tan precario como los nuestros, serían sólo los de aplicar lo que otros inventan y ‘estar al día’. La apropiación se define al contrario por el derecho y la capacidad de hacer nuestros los modelos y las teorías vengan de donde vinieren geográfica e ideológicamente. Lo que implica no

sólo la tarea de ensamblar sino la más arriesgada y fecunda de rediseñar los modelos para que quepa nuestra heterogénea realidad, con la consiguiente e inapelable necesidad de hacer lecturas oblicuas de esos modelos, lecturas ‘fuera de lugar’, desde un lugar diferente a aquel en el que se escribieron (2002: 6).

De nueva cuenta, la reconstrucción histórica del campo, y más específicamente de sus modelos de institucionalización tanto social (programas, asociaciones, publicaciones) como cognoscitiva o intelectual (conceptos, métodos, articulaciones), es un insumo indispensable para el análisis. En ese sentido, hay otro aporte en un artículo reciente de Karin Wahl-Jorgensen, del Instituto para la Investigación de la Comunicación de Stanford. Ella niega, con base en una argumentación epistemológica, que las historias del campo representen en sí mismas “un espacio para un giro reflexivo en los estudios de la comunicación” (2000: 87).

Ni las historias basadas en el método biográfico, que llama rituales, ni las basadas en la historia intelectual, que denomina rebeliones, estimulan la reflexividad si no se confrontan, en la lectura crítica, entre sí y con “las demandas institucionales y los intereses personales y políticos que guían nuestra investigación”, porque es necesario reconocer “el hecho de que las prácticas académicas interactúan y afectan el mundo externo de la economía, la política y la cultura” (Wahl-Jorgensen, 2000: 113). Y sobre todo, se podría agregar, son afectadas por ellas.

Múltiples historias del campo académico de la comunicación en Estados Unidos, tanto biográficas como intelectuales, han reconstruido de diversas maneras los complejos procesos de institucionalización de estos estudios.¹⁰ Es obvio que las historias, sobre todo si se escriben desde el interior mismo del

10. El primer país donde se institucionalizó la comunicación como campo académico fue Estados Unidos, cuyo sistema universitario sufrió grandes transformaciones a partir de la última década del siglo XIX, al mismo tiempo que la organización social total del país (Clark, 1992). El modelo europeo de la universidad de investigación [*research university*] se impuso sobre el preexistente del *community college*, centrado en la “formación de pregrado en artes liberales” (Rogers,

campo, están sesgadas por las posiciones e intereses de quienes las construyen. Pero hay un efecto que, junto con lo observado por Wahl-Jorgensen, constituye un objeto central de atención epistemológica: ninguna de las historias abarca un periodo temporal ni un espectro disciplinario más restringido que las anteriores. Si bien los problemas teóricos son ineludibles al trazar cualquier mapa histórico del campo, las redes de referencias asociadas a las teorías de la comunicación van de manera sistemática cada vez más atrás en el tiempo y más lejos en el espectro de los campos científicos donde anclar sus fundamentos. En otras palabras, se manifiesta ahí una fuerte tendencia centrífuga, no un proceso de condensación. No hay indicios de un avance hacia una definición disciplinaria sino todo lo contrario, aunque las referencias institucionales sean más comunes cada vez.

Ya nadie puede sostener simplemente, como hasta hace unos 20 años, que el campo de la comunicación nació sin más de la yuxtaposición de los trabajos de investigación empírica de Lasswell, Lazarsfeld, Lewin y Hovland, es decir, de una hibridación de la sociología, la psicología y la ciencia política. Ni, como argumentó Everett Rogers, que el “principal” fundador del campo sea Wilbur Schramm.¹¹ Nadie pretende negar el origen multidisciplinario de los estudios

1993: 20). En este contexto, las primeras escuelas de periodismo, como la fundada a principios de siglo por Joseph Pulitzer en Columbia, que no pretendían más que “la formación de profesionales íntegros, competentes y con un alto grado de instrucción” (Nixon, 1974: 197–198), debieron transformarse para sobrevivir en el entorno de las universidades de investigación: se hizo necesario “cientificarlas”, al introducir una fuerte dosis de “ciencias sociales” en los programas de formación de periodistas (Rogers, 1994: 467).

11. Según Rogers, “el principal fundador de nuestro campo fue Wilbur Schramm, quien no sólo institucionalizó el estudio de la comunicación creando Institutos en Iowa, Illinois y Stanford, sino que también escribió los libros de texto que definieron el campo en los años cincuenta y fue el maestro de docenas de los primeros doctores en comunicación” (1993: 22). Cabe subrayar que el proceso de institucionalización impulsado por Schramm tiene el mérito de haber superado el conservadurismo del sistema universitario norteamericano, que resiste tradicionalmente la creación de departamentos en campos “nuevos”. La estrategia predominante consistió en introducir las actividades de investigación a los departamentos, ya existentes en las universidades, de Periodismo y más adelante de *Speech*, e irlos transformando paulatinamente en departamentos de Comunicación. Este proceso de “conversión” generó la más notable desarticulación norteamericana del campo académico de la comunicación: la escisión entre la investigación de la *mass communication* [comunicación masiva], desarrollada en los antiguos departamentos de Periodismo, y la investigación de la *speech communication* [comunicación

de la comunicación, aunque ese origen se ubique en uno u otro lugar y época, pero cada historiador quiere legitimar, sin embargo, con su versión, un proyecto de futuro disciplinario en algún sentido.¹² Por ello hay en juego muchas más propuestas ontológicas, epistemológicas, teóricas y metodológicas que alternativas a la institucionalización imperante. Y, también, menor convergencia intelectual que organizacional en los supuestos de base de esas propuestas.¹³

Eso indica que la institucionalidad y no la argumentación intelectual, es el lugar social donde se articulan el poder y el saber, por lo que el futuro del campo y la lucha por su orientación dependen en mayor medida de las formas organizacionales que de las teóricas. El ya mencionado John Durham Peters planteaba hace 15 años que la institucionalización bajo la forma de una disciplina autónoma, impulsada por Wilbur Schramm en los años sesenta, los usos de la teoría de la información en ese contexto, y “la auto-reflexión como apologética institucional”, explican la “pobreza intelectual” del campo de la comunicación (1986):

- interpersonal], producto predominante de los antiguos departamentos de *Speech* (Fuentes Navarro, 1995).
12. Aunque Veikko Pietilä observa que tampoco deben exagerarse las diferencias entre las tres principales “versiones” (anglo–norteamericanas) que él analiza: la de la *mass communication research*, la de la nueva izquierda y la culturalista. “Lo que se debate más es el recuento de las incursiones pioneras que no constituyeron una estructura disciplinaria que estableciera límites consensuales a un ‘campo’. Por otro lado, las versiones coinciden en mucho mayor medida en sus recuentos de los desarrollos más recientes, posteriores a la segunda guerra mundial. Quizá las versiones más tempranas, en ese aspecto, han ejercido influencia sobre las posteriores” (1994: 356).
 13. El investigador sueco Karl Erik Rosengren, que en *Fermento en el campo* cuestionaba si había en “*La investigación de la comunicación ¿un paradigma o cuatro?*” (1983), diez años después, en *El futuro del campo* afirma, desde el título, “*Del campo a los charcos de ranas*” (sin signos de interrogación), que el eje de las discusiones se ha desplazado, de la dimensión cambio radical/ regulación social (es decir un eje orientado por ideologías políticas), a la dimensión subjetivismo/objetivismo (a su vez definido más bien por ideologías científicas). Pero, al mismo tiempo y quizá por ello, el campo “se caracteriza hoy más por la fragmentación que por la fermentación” (1993: 9). Su diagnóstico no es finalmente muy optimista: “Después de un periodo de fermentación en el campo (si es que alguna vez hubo campo en el sentido estricto de la palabra) parecemos haber terminado en la fragmentación y un amenazante estancamiento. Aquellos que esperaban confrontación y cooperación positivas tienen motivos para estar decepcionados. En vez de eso, parecen predominar una desganada aceptación o indiferencia hacia tradiciones de investigación que no sean la propia” (1993: 14).

El imperativo institucional de crear una disciplina particular en una época cuando los asuntos de comunicación eran prácticamente universales en la vida universitaria, significó que las ideas de la teoría de la información tuvieran que ser distinguidas del campo en sí, para establecer el engramado propio. En suma, la teoría se usó casi exclusivamente para propósitos de legitimación y sus ‘ideas interesantes’ fueron ignoradas. El destino de la teoría de la información es una lección sobre los compromisos que se hallan en el periodo formativo del campo: negociar alcance teórico por territorio académico (1988: 314–315).

Otro autor estadounidense que en ese mismo sentido ha abordado la crítica a fondo del “universo de discurso en el que crecimos” es Timothy Glander (2000), cuyo trabajo historiográfico interpreta las decisiones que guiaron la institucionalización del campo de estudios de la comunicación en Estados Unidos en el contexto de la segunda guerra mundial en un sentido estrictamente político, pues había tantos antecedentes académicos para institucionalizarlos en relación con la educación, en el campo de las humanidades, como con la propaganda, en el de las ciencias sociales. Al resolverse la definición de los proyectos fundacionales en términos del avance en el conocimiento y control de los mecanismos propagandísticos, centrados en la difusión masiva y selectiva de mensajes persuasivos, y no de los educativos, asociados a la construcción democrática de comunidades de conocimiento y acción; al conseguirse no sólo los apoyos políticos y financieros sino también la legitimidad académica de la investigación con ese sesgo, la separación entre comunicación y educación y la escisión entre humanidades y ciencias sociales quedó consagrada¹⁴ y el modelo de la *mass communication* con-

14. “La educación y la comunicación están fundamentalmente vinculadas, inescapablemente afiliadas en la teoría y en la práctica. Los filósofos de la educación, de Sócrates a Dewey y Freire, lo han reconocido así y han tratado de clarificar esta relación. La educación y la comunicación no pueden ser separadas, aunque nuestras disposiciones académicas presentes hagan creer que pueden ser segregadas. La organización contemporánea del conocimiento sugiere que educación y comunicación son fenómenos distintos, que pueden ser estudiados y practicados en aislamiento mutuo. Este libro cuenta parte de la historia de cómo y por qué ocurrió esta división, qué

solidado, independientemente de su consistencia epistemológica, primero en Estados Unidos y luego, en el resto del mundo.¹⁵

Para los años sesenta, época de la guerra fría y de la “modernización” de América Latina, parecía haberse resuelto así el diseño del campo de la comunicación en Estados Unidos. No sólo se había institucionalizado, en la forma de institutos de investigación sobre todo, sino que había clarificado su misión, o al menos la de la “mass communication research”, alrededor de las famosas cinco preguntas de Lasswell —quién, dice qué, a quién, por qué canal, con qué efectos—, convertidas por Schramm en un auténtico paradigma disciplinario.

Pero más que la historia de allá, a partir de este punto interesa discutir cómo se trasladan sus rasgos, hacia acá: América Latina y el resto del mundo. Para esa transición sirve mucho una cita de Hanno Hardt, autor de otra historia de los estudios de la comunicación en Estados Unidos, esta trazada desde las corrientes críticas, en la que busca reconstruir y comprender el trayecto de “las ideas sobre la centralidad de la comunicación en el pensamiento social”:

Estas ideas emergieron de la cultura social y política de los Estados Unidos como un país en vías de desarrollo que se movió, en unas cuantas generaciones, de los experimentos sociales y políticos sobre la colonización, la expansión urbana y la industrialización al liderazgo mundial en prácticas democráticas. Durante este periodo las preguntas sobre la comunicación y el papel de los medios se convirtieron en una preocupación práctica para quienes se dieron

ocasionó el divorcio, y cómo afectó la emergencia y crecimiento del nuevo campo de la comunicación a los asuntos educativos en el siglo XX” (Glander, 2000: x).

15. La revisión de las trayectorias profesionales y las publicaciones de los fundadores del campo, sobre todo de Wilbur Schramm, permite documentar la hipótesis de Glander (2000) y abrir de nuevo preguntas cruciales, como por ejemplo, las que tienen que ver con los efectos sociales de la televisión, que por supuesto, tienen una explicación muy distinta si se los interpreta desde la consideración de la comunicación como propaganda o como educación. En términos no sólo de la práctica de la investigación sino también de la formación de profesionales de la comunicación, estos cuestionamientos tienen una alta relevancia actual porque, en palabras de Glander, exigen revisar a fondo “el universo de discurso en el que crecimos” y que a pesar de los esfuerzos de muchos de los autores más críticos del campo, tiene una inercia ideológica terriblemente tenaz.

cuenta del papel del lenguaje y de la capacidad de las tecnologías de la información para trascender las fronteras culturales y políticas (1992: xi).

La historia de los medios, así como la de las prácticas comunicativas o de la idea de la comunicación, tienen lugares propios en la investigación, que no habría que confundir con la historia del campo académico, aunque entre todas esas historias haya vínculos y enlaces múltiples. En América Latina, por más que haya antecedentes documentados incluso anteriores a los estadounidenses, la historia del campo académico de la comunicación no abarca más que las últimas cinco décadas, el tiempo que lleva el proceso de su institucionalización en las universidades y centros de investigación. En ese trayecto, es muy relevante el hecho de que el estudio de la comunicación haya tenido mucho más arraigo en la forma de programas de formación profesional que de centros de investigación y, por supuesto, la dependencia obvia de la investigación latinoamericana con respecto a “las orientaciones conceptuales y metodológicas establecidas por los investigadores en Europa y los Estados Unidos”, que ya documentaba y denunciaba Luis Ramiro Beltrán (1974, 2000a) en los años setenta.

No hay duda de que, en muchos aspectos, ha quedado atrás aquella situación de la “indagación con anteojeras”, es decir, para precisar, la oposición maniquea entre el rigor de la ciencia y el compromiso político con la transformación social que Beltrán descubría como patrón del debate central en la investigación de la comunicación en América Latina en esa época y que resultaba más nociva aún que la dependencia conceptual y metodológica de la que no estaba desvinculada. Pero al igual que en las ciencias sociales en general, y en el campo de la comunicación en Estados Unidos y en otras regiones, el eje central de los debates en el campo pareció perderse entre los años ochenta y noventa, precisamente en la época de su crecimiento explosivo. Como he argumentado en otro lugar con mayor detalle, en mi propio intento de hacer una historia del campo latinoamericano de la comunicación, hace diez años (Fuentes Navarro, 1992),

logré, sin gran dificultad, reconstruir la ‘problemática’ latinoamericana de la comunicación y los acercamientos a su investigación y práctica predominantes en los años sesenta a partir del eje de tensión (teórico–metodológico) entre el desarrollo y la dependencia, así como su desplazamiento, en los años setenta, hacia el eje de tensión (epistemológico–político) entre los criterios de cientificidad y la contribución al cambio social. Pero ningún esquema de este tipo me permitió entonces organizar las tensiones del campo en los años ochenta. [...] Sin embargo, la tensión predominante en los años noventa pareció establecerse sobre el eje del abandono de las premisas críticas, sea ante la adopción de la ‘inevitable vigencia’ de las leyes del mercado también en el ámbito de la investigación, sea ante la dispersión de enfoques sobre las múltiples ‘mediaciones’ culturales de las prácticas sociales, sea en otras direcciones.

Por un lado, entonces, las temáticas asociadas a la ‘globalización’ y las tecnologías digitales y, por el otro, las asociadas a las ‘identidades’ microsociales, exigieron la ruptura (o provocaron el ‘desvanecimiento’) de casi todos los supuestos teórico–metodológicos, epistemológicos y, sobre todo ideológicos, que habían sostenido la investigación de la comunicación en las décadas previas. Desde mediados de los años ochenta, parece tener cada vez menos sentido investigar las relaciones de los medios de difusión con la dependencia o con el desarrollo nacionales, formular e impulsar alternativas a las políticas y prácticas de la ‘manipulación’ informativa o el entretenimiento comercial, o discutir los fundamentos conceptuales que permiten llamar ‘comunicación’ no sólo a tantos fenómenos distintos, sino enfocados desde perspectivas fragmentarias y hasta opuestas entre sí, a lo largo de distintos ejes. Es decir, sin que hayan desaparecido el maniqueísmo o el dualismo que en otras épocas organizaban el pensamiento, el discurso y la acción sobre la comunicación, desde mediados de los años ochenta parecen haberse multiplicado en tal medida las posturas y las posiciones desde las cuales se puede investigar la comunicación, que el debate es cada vez más difícil, al haber menos referentes comunes (Fuentes Navarro, 1999a: 55–56).

Quizá podría sostener hoy, tratando de enfatizar la dimensión epistemológica de esta problematización, que ese aparente abandono de las premisas críticas, así se sustentaran más en ideologías políticas que en posturas científicas, y esa inercia sin proyecto que puede documentarse muy bien en el campo latinoamericano de la comunicación, no sólo nos acercan más que en otras épocas a lo que sucede en otras partes sino que nos exigen recomponer de nueva cuenta los esquemas reflexivos desde una postura muy propia. Puede adelantarse que ya no basta tampoco el análisis de la institucionalización social y cognoscitiva del campo, como no es suficiente el análisis de su legitimación intelectual, pero sí puede ser conveniente revisar, antes de pasar a otro plano, los fundamentos institucionales de la disciplinarización del campo y, en consecuencia, las estructuras transinstitucionales en que se sostiene e impulsa, sobre todo las publicaciones y las asociaciones académicas.

En otras palabras, puede afirmarse que la influencia fundacional del Centro Internacional de Estudios sobre la Comunicación —antes Periodismo— para América Latina (CIESPAL) y sus modelos de escuelas de periodismo primero y de comunicación después; la omnipresente actividad de la iglesia católica y después de otras iglesias en las prácticas educativas y comunicativas de todo tipo; los programas estatales de modernización y los multivariados movimientos políticos y sociales que han impulsado proyectos comunicacionales de signos muy distintos; la intervención de agencias internacionales de diverso origen, orientación y capacidad financiera; los intereses directa e indirectamente asociados con los medios; y muchas otras agencias extracadémicas, han condicionado de una manera mucho más determinante, aunque bastante variada, la institucionalización universitaria del campo de la comunicación, que la racionalidad no digamos científica, sino organizacional de la propia academia.

Porque si bien los modelos básicos de formación universitaria de profesionales de la comunicación fueron importados a América Latina directamente de Estados Unidos, al ser insertados en unos sistemas universitarios muy diferentes al original pronto adquirieron características divergentes, de las cuales ahora se destaca sólo la desvinculación de su desarrollo con respecto al de los sistemas comerciales de medios, que incluso superaron en algunos aspectos, momentos y países determinados a sus modelos norteamericanos. Quizá, la falta de articula-

ción de estos programas con la investigación, que siempre fue relativamente escasa y durante muchos años se realizó sobre todo fuera de las universidades, y en la mayor parte de los países también de los medios, alejó a la gran mayoría de las escuelas de comunicación de la posibilidad de generar un espacio académico mínimamente riguroso en cuanto a los saberes que reproducía. Cuando comenzaron a surgir los programas de posgrado, este patrón estaba ya establecido con solidez y muchos de estos programas no han podido o no han querido sustraerse a él.

Se puede explicar así, entre otros rasgos del campo, el proceso de disciplinarización de los estudios de comunicación. La formación de profesionales, orientada a la creación, expansión y desarrollo de un mercado laboral en los medios y otras instituciones sociales en el que se insertaran los egresados universitarios, tuvo un impulso mayor por parte de las propias universidades que de las industrias de la comunicación. Los medios podrían emplear especialistas funcionalmente capacitados, pero las universidades debían legitimar la oferta correspondiente a esa demanda distinguiendo su formación de la de otros profesionales: la manera que prevaleció fue la recomendada por el CIESPAL en 1963: independizar, al interior de la estructura universitaria, en la forma de escuelas, facultades o departamentos, los estudios de “comunicación”. La denominación institucional fue más importante que la fundamentación conceptual.

Hay, entonces, una diferencia sustancial en la institucionalización disciplinaria de los estudios de la comunicación y, por lo tanto, en la constitución del campo académico y sus búsquedas de legitimación, entre Estados Unidos y América Latina: la disciplinarización, es decir, la construcción y defensa de un territorio delimitado y relativamente cerrado para controlar los procesos de producción y reproducción de saberes académicos, en Estados Unidos fue la consecuencia de una estrategia sociopolítica soportada por la investigación empírica, aquella que Lazarsfeld llamó administrativa.¹⁶ En América Latina, de

16. No deja de ser interesante que los términos investigación administrativa y crítica se hayan convertido en la fórmula de una oposición de paradigmas para el estudio de la comunicación y, como tal, en una clave de interpretación de la crisis o “fermento” del campo en los ochenta. Esta distinción fue establecida en los años cuarenta por Paul Lazarsfeld, con el objeto de

una estrategia de adaptación y justificación sociopolítica de las instituciones universitarias, basadas en su función profesionalizante, como vehículo de movilidad social y de modernización de porciones selectas de la población. Al no darse el caso en términos similares ni a Estados Unidos ni a América Latina en la mayor parte de los países de Europa, los estudios sobre la comunicación comparten quizá los mismos problemas de legitimación social y epistemológica, pero no los de disciplinarización del campo.¹⁷

Este análisis, aquí sólo insinuado, lleva a la conclusión de que los procesos de institucionalización social y cognoscitiva del campo académico de la comunicación en América Latina, se han desarrollado manteniendo y reforzando una desarticulación múltiple, que a los problemas “importados” de Estados Unidos suma otros muy propios. El principal es confundir, como lo ha sintetizado Jesús Martín-Barbero, las condiciones de desarrollo del o los mercados profesionales, con las exigencias de un campo intelectual. La formación profesional, al extremar sus rasgos disciplinarios, se fragmenta o especializa funcionalmente, aunque deje un residuo creciente de comunicadores disfuncionales. La teoría no puede segmentarse así sin perder poder explicativo.

relacionar la investigación orientada a la construcción de sistemas “técnicamente superiores” por la llamada corriente dominante, representada por él mismo, con los aportes de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, en la persona de Theodor Adorno, a quien asignó la tarea de “explicar las cuestiones cruciales”. Ambos trabajaron juntos a finales de los años treinta en la Oficina de Investigación de Radio en Princeton, donde Adorno fue director musical y Lazarsfeld director general, antes de partir cada uno a las universidades donde realizarían sus respectivas obras mayores: el primero a Berkeley y luego de regreso a Frankfurt, mientras el segundo se dirigía a Columbia, sede del célebre *Buró* de Ciencia Social Aplicada (Rogers, 1994; Lazarsfeld, 1993).

17. “En Europa los estudios sobre la comunicación masiva tienen un soporte académico más débil. Mientras que en Estados Unidos la disciplina ha llegado a ser una parte viable de la universidad, autónoma, con sus propios departamentos, organización científica y programas doctorales, no ha ocurrido lo mismo en Europa. En los países del viejo continente, con la posible excepción de España, los departamentos de comunicación masiva normalmente están ocupados por miembros de otras facultades, departamentos de sociología o lingüística o ciencia política. El extremo en este sentido lo representa Italia: sólo hasta 1992 fueron establecidos cursos para obtener un grado en ciencias de la comunicación, y eso bajo una fuerte influencia de los departamentos de lingüística o letras. Exceptuando el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Bologna, no existen departamentos de comunicación ni hay organizaciones científicas para los especialistas en comunicación masiva, que forman parte, principalmente, del campo académico de la sociología” (Mancini, 1993: 105).

Por otro lado, la investigación académica, con mayor o menor lucidez crítica y consistencia científica, ha podido desarrollarse a pesar de las constricciones disciplinarizantes, pues es evidente la impertinencia de aislar la comunicación del mundo en el que sucede, como si tomarla como objeto fuera sinónimo de convertirla en una cosa. Hay proyectos *inter-*, *multi-*, *trans-* y *post-*disciplinarios y una gran necesidad de debate epistemológico, ético y metodológico entre ellos, que el factor de la disciplinarización obstaculiza. Porque no habría que confundir disciplina (concepto organizacional y pedagógico) con especialidad (recorte funcional de enfoque particular) o con especificidad (atributo de una relación concreta entre un objeto y un método). El espacio idóneo, pues ni el mercado ni la industria ni la profesión pueden pensarse a sí mismos de otro modo, que queda disponible para sustanciar y referir con pertinencia este debate, es aquel en el que confluyen de manera ideal las funciones sociales irrenunciables de la universidad: el posgrado, lugar de la profesionalización avanzada.

La profesionalización del campo académico de la comunicación

La comunicación implica sistemas y prácticas socioculturales, cognoscitivas, económicas y políticas, y dimensiones psicológicas, biológicas y físicas de las que por fuerza participan sus investigadores. La construcción de objetos de conocimiento sobre ella no puede ignorar que como sujetos estamos implicados en esos objetos. Por ello el hecho de construirlos y desarrollarlos de una u otra manera afecta su propia naturaleza objetiva, la institucionaliza y, de alguna manera, la “naturaliza”. En el campo de la comunicación, la tensión esencial parece ser ontológica: su objeto es un factor constitutivo de lo humano, y al mismo tiempo un instrumento para la consecución de fines particulares, histórico-sociales determinados. Estamos hechos de comunicación, como individuos y como sociedades, pero también la usamos para afectar particularmente esta constitución. De ahí que la comunicación implique ineludibles imperativos éticos.

En el plano epistemológico esa tensión esencial se puede resolver tanto separando como buscando articular ambos aspectos del fenómeno. Las teorías de la comunicación, elaboradas en los campos del conocimiento filosófico, de las ciencias naturales o formales, de las humanidades o de las ciencias sociales, son construcciones alternativas para interpretar de manera sistemática, y *comunicar a otros o con otros*, la forma en que se relacionan en la práctica concreta las dimensiones constitutivas e instrumentales de la comunicación. Por razones ideológicas, históricamente explicables, parecen haber predominado las perspectivas instrumentales más reduccionistas en la constitución del campo académico, al centrarse la atención en los medios o en los mensajes y no en las interacciones entre sujetos o entre estos y las instituciones. Pero su eficacia explicativa, interpretativa o retórica, al operar esa reducción, genera más problemas que los que resuelve, debido a que lo que deja fuera es justo lo que resulta indispensable explicar: la constitución comunicativa de la realidad social.

El principio de la doble hermenéutica de Giddens, uno de los pilares de su teoría de la estructuración, que postula que el trabajo científico-social consiste en interpretar hechos ya interpretados con anterioridad, y que implica que los sujetos sociales son constitutivamente capaces de actuar en consonancia con sus propias interpretaciones (1984), aporta un modelo útil para identificar que la especificidad de la comunicación, formulada como mediación significativa de la constante dialéctica entre los sujetos en interacción y las estructuras y sistemas sociales, no puede aislarse teórica o metodológicamente de las mediaciones del poder y de la “sanción” moral, que confluyen en la estructuración de los sistemas sociales a través de la institucionalización discursiva, político-económica y legal (1984: 31). Sería objeto de otra revisión la manera en que autores como el británico John B. Thompson (1995) y el danés Klaus Bruhn Jensen (1995) sistematizan teóricamente, con articulaciones diferentes en cada caso, las derivaciones de este esquema para la práctica de la investigación sociocultural de la comunicación y los medios en la sociedad contemporánea.

Para la teoría de la estructuración, la *agencia* es la capacidad del actor social “para reinterpretar y movilizar un repertorio de recursos en términos de esquemas culturales distintos a los que constituyeron originalmente el repertorio”

(Sewell, 1992: 19), pues los recursos nunca están distribuidos de manera homogénea entre los sujetos sociales (individuales o colectivos). “Ser un agente significa ser capaz de ejercer algún grado de control sobre las relaciones sociales en que uno está inmiscuido, lo que a su vez implica la capacidad de transformar esas relaciones sociales en alguna medida” (Sewell, 1992: 20).

Este principio, que por supuesto tendría que desarrollarse mucho más, y relacionarse teóricamente con el *habitus* por ejemplo, es la base de la propuesta final de esta exposición: es mediante la formación de agentes académicos competentes para *producir socialmente sentido sobre la producción social de sentido*, que el campo académico de la comunicación puede no sólo reorientarse para avanzar en su legitimación, para ganar mayor autonomía y poder, sino para generar explicaciones más plausibles y orientadoras de las transformaciones en curso en el mundo, del papel que los sistemas y prácticas de comunicación tienen en ellas, y basar su legitimación en esta competencia académica, más que en su competitividad institucional.

Esta tarea educativa, científica y política, que articula las funciones sociales sustantivas de la universidad: la docencia, la investigación y la extensión, con los imperativos funcionales de reforzar la profesionalización pero también la crítica en todos los campos del saber y en todos sus niveles, tiene en el nivel del posgrado un espacio privilegiado y en el campo de la comunicación una responsabilidad estratégica, debido más que a su propio desarrollo a la extensión que ha adquirido su objeto, y que no es ni puede ser sólo de él. La comprensión de la comunicación contemporánea no puede ser tarea exclusiva de nadie, pues no puede producirse sin el aporte de los saberes de otros. Lo que puede ayudar más a clarificar las condiciones de la legitimación epistemológica de los estudios de la comunicación no es su cerrazón, sino su apertura: su capacidad de interacción crítica y de complementación racional en la construcción de un conocimiento sólido y comprensivo que articule perspectivas diversas sobre un aspecto de la realidad que, por definición, es múltiple.

Cuando se afirma que el campo tiene ciertas características o puede emprender ciertas tareas, no es que se extrapole la objetivación social que le confieren las luchas intersubjetivas que lo constituyen a la creencia en que el campo sea un ente racional, con voluntad propia, que pueda orientar su acción en algún

sentido. Ni la ciencia, la academia, el mercado, el estado, la sociedad o el campo tienen más capacidad reflexiva y práctica que la que le asignan sus agentes o la correlación de fuerzas entre sus agentes. De ahí la propuesta de centrar los esfuerzos en la profesionalización avanzada, en la formación de agentes académicos en los posgrados, con capacidad de influir de manera crítica en la definición de los términos más pertinentes para que la lucha por la identidad y la monopolización del saber legítimo, por la acumulación, reproducción y, sobre todo, la *redistribución social* de los saberes sobre la comunicación, adquiera un carácter más científico.

Pensar, entonces, nuestro tiempo y situar en él un proyecto formativo para los comunicadores universitarios, es un reto que exige en primer término la recuperación práctica y crítica de la universidad como instancia social para la educación superior, una institución capaz de actuar al mismo tiempo como agente político y como espacio reflexivo donde sea posible la formación de ciudadanos-profesionales que incidan en la transformación estructural de la sociedad. Aquí es donde se puede formular la cuestión educativa central: ¿qué características y condiciones tienen los proyectos sociales subyacentes en la formación de comunicadores universitarios?, ¿qué tipo de transformaciones sociales proponen como objetivos y cómo se prefiguran y conforman las competencias indispensables para poner esos objetivos en práctica?, ¿qué representaciones y qué formas de ejercicio democrático mediado por la comunicación están presentes en la formación de los comunicadores universitarios?

Es necesario reconsiderar el carácter de las universidades como instituciones sociales y partir del hecho de que además, y muchas veces por encima, de su papel como productoras y reproductoras del conocimiento, cumplen también otras funciones sociopolíticas, más aún en países como los latinoamericanos, donde el acceso a la universidad está severamente marcado por la desigualdad y donde la producción y reproducción del conocimiento manifiestan una creciente dependencia. En términos de su ubicación social, las universidades son por definición agentes políticos y desde esa condición es que realizan sus funciones sustantivas.

La formación universitaria es entonces, antes que nada, una práctica social institucionalizada en la que las estructuras de significación, poder y legitima-

ción (Giddens, 1984) son analizadas y dispuestas para su reproducción o reestructuración en función de ciertos proyectos, pero también y sobre todo, en el marco de ciertas normas y mediante el empleo de ciertos recursos. Por una parte, como institución social, la universidad cuenta con un margen relativo de autonomía para establecer sus normas internas y requiere del acopio y empleo de recursos de muchos tipos, el más específico de los cuales es el de los saberes académicos y científicos, un tipo especial de recurso simbólico. Pero por otra parte, la universidad no puede ignorar las condiciones de su inserción social y la de los sujetos que actualizan en ese contexto las funciones sustantivas de la educación superior. Las universidades existen dentro de —y no frente a— las sociedades concretas, independientemente de cuál sea su régimen y de cómo lo asuman en la práctica.

En los tiempos más recientes se ha impuesto en el ámbito educativo la figura de las “competencias” como organizadora de la planeación y evaluación de los programas formativos. Si bien no se ha establecido un acuerdo mínimo sobre el sistema de competencias que definiría a un comunicador, o siquiera a un universitario en general, y por lo tanto prevalece la confusión semántica en la mayor parte de las discusiones internacionales al respecto, pueden reconocerse algunos rasgos que el análisis de las experiencias recuperadas de manera crítica, hace ver como pertinentes.

Sobre esa línea, en otros momentos (Fuentes Navarro, 1991b; 2000b) he propuesto la institucionalización del cultivo de al menos cuatro competencias operativas específicas de cada individuo para interpretar su entorno y dirigir la acción sobre él.¹⁸ Estas competencias están socialmente determinadas y por lo tanto son el objeto de transformación de las prácticas educativas universitarias en el campo de la comunicación. De ahí que las cuatro capacidades o competencias anotadas como centrales para la formación universitaria de los profesionales de la comunicación, exijan a su vez su empleo como recursos reflexivos en

18. Si bien este planteamiento ha sido desarrollado pensando en la formación de estudiantes de licenciatura como profesionales de la comunicación, se considera también pertinente para la formación en el nivel de posgrado, en especial de maestría, nivel que supone el desarrollo prioritario de las capacidades reflexivas en profesionales en ejercicio, para reinsertarse en las propias prácticas o para impulsarlas desde la docencia universitaria.

la propia enseñanza: dominar el lenguaje para ubicarse en el entorno sociocultural; controlar la información, sus códigos y canales de producción y circulación social; relacionar los medios con los fines, en una perspectiva ética, y operar educativamente la comunicación, como mediación constitutiva de un proyecto social en y mediante la producción social de sentido.

Desde esta perspectiva, que supone a la educación superior como una práctica sociocultural orientada hacia la formación de agentes socioculturales, y por lo tanto como una práctica de comunicación que tiene como referentes a otras prácticas de comunicación, se hace indispensable no sólo la discusión sino la apropiación y el ejercicio de un concepto de comunicación centrado en la producción intersubjetiva, es decir social, del sentido, y no en los medios o en la trasmisión de mensajes. Las competencias comunicativas estarían así definidas en función de la capacidad, individual y colectiva, de incidir en la transformación de las estructuras de significación, poder y legitimidad, mediante recursos comunicativos: la interacción interpretativa y la coordinación de la acción entre sujetos competentes, antes que en el dominio de operaciones técnicas, que por supuesto debe también ser integrado.

En ese sentido, el dominio del lenguaje y el control de la información, sus códigos y canales de producción y circulación social, son condiciones necesarias pero no suficientes en la formación de los comunicadores universitarios. Las habilidades para leer, escribir, hablar y escuchar con precisión, rigor, respeto y eficacia, son absolutamente indispensables, así como lo es la capacidad de dar forma, de analizar y sintetizar los datos pertinentes para ubicar e interpretar de manera adecuada los cambios en el entorno. Pero ni en el dominio del lenguaje ni en el control de la información se encuentran los factores constitutivos de la comunicación entendida como producción social de sentido. Ambas dimensiones prescinden de la interacción entre sujetos, aunque suponen el recurso a la cultura socialmente compartida e incorporada, y pueden dar cuenta de la comunicación como trasmisión, o incluso intercambio, de mensajes. Desde la perspectiva sociocultural, estas dos dimensiones deben ser complementadas con otras dos: la dimensión ética, que integra de forma ineludible al sujeto en la práctica, resaltando su capacidad para valorar y decidir *en situación* entre interpretaciones e interacciones alternativas, y la dimensión que bien puede lla-

marse educativa, es decir aquella que reconoce en los interlocutores no sólo la competencia para producir sentido sino la capacidad de los sujetos para apropiarse de los esquemas sobre los que se establece la propia interacción.

En el ámbito universitario, y en los modelos de ejercicio profesional y social de la comunicación que se prefiguran como “contenido” de la formación propuesta, son estas dos dimensiones las que permiten orientar a las competencias comunicativas y a las prácticas en que se ejercitan socialmente, en términos de un determinado proyecto social, en el cual la comunicación quede enmarcada, tanto como principio de interacción como en cuanto forma o modalidad de construcción y reconstrucción permanente de las estructuras de significación, poder y legitimación.

De ahí la importancia de reconocer teóricamente, y de articular metodológicamente, el doble carácter de la comunicación como producción social de sentido: en tanto esquema de mediación de las interacciones significativas entre sujetos, esta opera como el factor constitutivo de la socialidad, y como tal de la identidad de los sujetos, y al mismo tiempo puede servir instrumentalmente para la consecución de los fines de los sujetos, que nunca son separables de sus posiciones relativas en la estructura social. Más allá del concepto de acción comunicativa de Habermas (1989), que cifra en el lenguaje la clave de la construcción del consenso, esta noción de la estructuración comunicativa da lugar a la consideración de las desigualdades y al ejercicio del poder implícito en la comunicación entre interlocutores que no persiguen por fuerza el acuerdo como objetivo o finalidad de la comunicación. Hace ya muchos años que Ernst Cassirer planteó la idea de que “un sujeto no se hace cognoscible o comprensible para el otro porque pasa a éste, sino porque establece con él una relación activa [...] el comunicarse requiere una comunidad en determinados procesos, no la mera igualdad de los productos” (1951: 163).

La comunicación es, entonces, una forma de compartir socialmente los procesos de significación o interpretación de los referentes del entorno, y los procesos de información u objetivación de la probabilidad de lo que acontece en ese mismo entorno, tanto natural como cultural. En la interacción comunicativa lo que se construye en común no es sólo el significado o la información de referencia sino el sentido de la conjunción de ambos en la interacción

social. Si el significado es un producto de la subjetividad y la información una objetividad, como lo han propuesto las disciplinas fundantes de la semiótica y la cibernética, la comunicación es un producto al mismo tiempo que la condición de la intersubjetividad, una práctica sociocultural constitutiva de lo humano y un instrumento, por lo tanto, susceptible de ser usado “manipuladora” o “participativamente” (Williams, 2000:75) según la situación o contexto en que se establezca, la competencia y los fines de los interlocutores y el diferencial de poder entre ellos.

En un contexto educativo, como el que puede establecerse en las universidades, el reconocimiento teórico y el ejercicio práctico de una concepción de la comunicación como esta, pueden realizarse reflexivamente, es decir, refiriendo la propia práctica al modelo y viceversa, en un esfuerzo compartido por los sujetos para enseñar y aprender la comunicación en la comunicación, o en otros términos, para *producir socialmente sentido sobre la producción social de sentido*.

DESTELLOS DE LA COMUNICACIÓN:

la diseminación de conocimiento a través de las publicaciones académicas

Karla Margarita Ramírez
y Ramírez

Las publicaciones pueden desempeñar un papel fundamental, por múltiples razones: como vehículo de transmisión del conocimiento y recursos esenciales para la enseñanza y como medios de comunicación de nuevos hallazgos; para la divulgación de las ciencias, de su historia, sus ideas y sus avances; para la promoción del desarrollo científico; como indicador de la ciencia que producimos y como medio de definición y difusión del vocabulario científico.

(Cetto, 1995: 30).

Introducción

Desde los estudios pioneros sobre la comunicación científica realizados en los años treinta por Robert K. Merton (1980), se observó cómo la creación de mecanismos de intercambio entre científicos se relaciona con la estructura y el desarrollo de un campo científico.¹

De acuerdo con lo anterior, el análisis de estos mecanismos (ya sean formales como las revistas especializadas y los congresos científicos, o informales como el uso del correo postal o electrónico y las redes de colaboración) es central para comprender la organización social de la ciencia. De ahí que Paisley

1. Para definir el campo científico seguimos la propuesta de Pierre Bourdieu, para quien “en cuanto sistema de relaciones objetivas entre posiciones adquiridas [en luchas anteriores], es el lugar, el espacio de juego de una lucha competitiva. Lo que está en juego específicamente en esa lucha es el monopolio de la autoridad científica definida, de manera inseparable, como capacidad

haya señalado cuatro funciones básicas de la comunicación de la ciencia: la revelación de descubrimientos ante la comunidad científica; la estimulación producida por las ideas nuevas que desplazan a las viejas; la retroalimentación a los científicos acerca de la aceptación y crítica de su trabajo, y la recompensa a los científicos mediante el reconocimiento de sus pares. “Cuando fallan las funciones comunicativas, la ciencia se tambalea. La conclusión de este silogismo fue establecida por James Watson en una entrevista con la BBC: la comunicación es la esencia de la ciencia” (Paisley, 1984: 27–28).

Con base en este marco, se efectuó un análisis sobre la manera en que se disemina el conocimiento científico a través de las publicaciones académicas *Comunicación y Sociedad* del Departamento de Estudios de Comunicación Social (DECS) de la Universidad de Guadalajara, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* del Programa Cultura de la Universidad de Colima y *Versión. Estudios de Comunicación y Política* del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana–Xochimilco (UAM). Específicamente, fueron estudiados de manera cuantitativa los artículos publicados en ellas por investigadores adscritos a las instituciones editoras, con el objetivo de conocer, a nivel descriptivo, cómo se reproducen en estas publicaciones rasgos del campo académico de la investigación de la comunicación en México.² Para ello se revisaron de forma sistemática todos los números de cada revista, desde su origen y hasta el año 2000. Se trató de un estudio bibliométrico comparativo

técnica y poder social; o, si quisiéramos, el monopolio de la competencia científica, entendida en tanto capacidad de hablar y de actuar legítimamente [es decir, de manera autorizada y con autoridad], que es socialmente otorgada a un agente determinado” (1976: 1).

2. Para definir el campo académico también seguimos la propuesta de Bourdieu, quien lo visualiza como un territorio constituido por individuos que compiten entre sí, bajo ciertos parámetros por un fin concreto: la autoridad científica, política, económica, etc.: “El campo universitario es, como cualquier otro campo, un espacio de lucha por la determinación de las condiciones y los criterios de la membresía y la jerarquía legítimas, esto es, por determinar cuáles propiedades serán pertinentes, efectivas y susceptibles de operar como capital que genere los beneficios específicos ofrecidos por el campo. Los diferentes conjuntos de individuos [más o menos constituidos en grupos] que se definen por esos criterios diversos, tienen un interés absoluto en ellos. Al profesar esos criterios, al tratar de hacerlos reconocer, al intentar imponerlos como propiedades legítimas, como capital específico, ellos están trabajando para modificar las leyes de formación de los precios, características del mercado universitario, y por tanto para mejorar sus beneficios potenciales” (Bourdieu, citado en Fuentes Navarro, 1998: 67).

que encontró su principal apoyo en algunos postulados teóricos provenientes de la sociología de la ciencia,³ de la propia teoría de la comunicación y de técnicas como la bibliometría.⁴

Antecedentes

Los estudios sociales de la ciencia y su combinación con los estudios métricos de la información

El conocimiento científico es considerado como un producto social por los estudios sociales de la ciencia; producto dependiente de la interacción humana, de una comunidad científica donde la comunicación es el vehículo que lo crea y recrea: “El conocimiento científico, como el lenguaje, es intrínsecamente la propiedad común de un grupo o no es nada. Para comprenderlo debemos conocer las características especiales de los grupos que lo crean y lo usan” (Kuhn, 1971: 209–210).

Por ello, la creación de publicaciones especializadas está relacionada con la estructura y el desarrollo de un campo científico, hasta el punto que las revistas científicas han sido identificadas por los estudios sociales de la ciencia como los indicadores más obvios de lo que constituye el contenido, las fronteras y los retos de un campo. De ahí que su análisis haya sido considerado como un aspecto central para comprender la organización social de la ciencia.⁵

Con este objetivo, los estudios sociales de la ciencia han establecido alianzas con los estudios métricos para analizar de manera cuantitativa la comunicación

3. La sociología de la ciencia es una disciplina que concibe al conocimiento científico como producto social, en donde se destacan el peso de la comunidad científica (Kuhn, 1971) y la definición de campo científico hecha por Bourdieu (1976).
4. La bibliometría fue definida por su creador como la aplicación de matemáticas y métodos estadísticos a libros y otros medios de comunicación, para arrojar luz sobre los procesos de la comunicación escrita y de la naturaleza y el curso de desarrollo de una disciplina mediante el recuento y análisis de las diferentes facetas de esta comunicación (Pritchard, 1969).
5. Más allá de apoyarnos en un concepto de ciencia, en el presente trabajo la mirada se posa sobre las prácticas científicas, ya que como han señalado filósofos y sociólogos, la ciencia se encuentra

científica y las redes de intercambio de información entre especialistas, para medir el desarrollo del conocimiento, la producción de los investigadores y las relaciones entre áreas de investigación y disciplinas, y para trazar el impacto de una idea. Todo ello a partir del análisis matemático y estadístico de las publicaciones y las conferencias publicadas, así como de otros canales informales de intercambio, como las discusiones, el correo electrónico, las conversaciones, etcétera.

Dentro de esta vertiente, Derek J. de Solla Price, historiador de la ciencia y profesor en Yale, fue el primero en mostrar cómo puede ser cuantificada la investigación de la comunicación científica en su obra *Little science, big science* (1963), donde analiza de manera estadística la forma y el tamaño de la ciencia, con el propósito de conocer las reglas que gobiernan su crecimiento y su comportamiento como un todo. Price estudió a la ciencia como una entidad mensurable, para calcular así la fuerza de trabajo implícita en ella, a partir de lo cual formuló una ley estadística que muestra su crecimiento como exponencial. Como consecuencia de ello, el historiador habló de la “contemporaneidad” de la ciencia y tras retomar el concepto de “colegios invisibles”,⁶ al analizar las redes de citas y la co-citación, desarrolló una nueva manera de estudiarla. Años más tarde, Diana Crane, alumna de Price, desarrolló un estudio sobre la difusión del conocimiento en comunidades científicas titulado *Invisible colleges* (1972), en el que analizó cuantitativamente las redes de intercambio de información

definida por las prácticas llevadas a cabo por una comunidad científica determinada, que delimita el campo de problemas a resolver, los métodos y las teorías que pueden ser consideradas como científicas. De ahí que “la ciencia jamás tuvo otro fundamento que el de la creencia colectiva en sus fundamentos, que el propio funcionamiento del campo científico produce y supone. La misma orquestación objetiva de los esquemas prácticos inculcados por la enseñanza explícita y por la familiarización —fundamento del consenso de lo que está en juego en el campo, esto es, de los problemas, de los métodos y de las soluciones inmediatamente percibidos como científicos— encuentra su fundamento en el conjunto de mecanismos institucionales que aseguran la selección social y escolar de los investigadores (en función, por ejemplo, de la jerarquía establecida de las disciplinas), la formación de los agentes seleccionados, el control del acceso a los instrumentos de investigación y de publicación, etc.” (Bourdieu, 1976: 21).

6. Término introducido en el siglo XVII por Robert Boyle: pequeños grupos de científicos muy productivos que establecen medios informales (correspondencia, encuentros, conferencias) de contacto y de apoyo mutuo, con el propósito de ganar prestigio y prioridad dentro del campo (Fuentes Navarro, 1998: 235).

científica entre los especialistas de un tema concreto: la sociología rural, y propuso un modelo de colegio invisible que suponía una estrecha relación entre los científicos de la red y su productividad.

Más tarde, los estudios métricos de la información comenzaron a ser aplicados a la comunicación académica, como lo dio a conocer el *Communication Research Journal* que dedicó un número especial a la bibliometría y la comunicación académica, en donde su editora comenta que:

En años recientes ha resurgido el interés tanto por la comunicación académica [*scholarly communication*] como área de investigación, como por la aplicación de la bibliometría como método de investigación [...] Por comunicación académica entendemos el estudio de cómo los académicos en cualquier campo usan y diseminan información a través de canales formales e informales, mientras que la bibliometría es la aplicación de métodos matemáticos y estadísticos a libros y a otros medios de comunicación. Proponemos una matriz para la intersección de estos tópicos de variables estudiadas (productores, artefactos y conceptos de comunicación), por preguntas de investigación abordadas (caracterización de comunidades académicas, evolución de comunidades académicas, evaluación de contribuciones académicas, difusión de ideas) (Borgman, 1989: 583).

Además, sugiere seguir las estrategias que aplican los campos científicos más antiguos para manejar y evaluar su desarrollo, estrategias que “forman parte de la *autoconciencia disciplinaria* que caracteriza a cualquier campo maduro” (Borgman, 1989: 585). Gracias a la aplicación de los estudios cuantitativos en Estados Unidos se ha logrado crear importantes recursos para sistematizar información bibliográfica sobre la producción del campo de la investigación de la comunicación, reflejadas en bases de datos como las operadas por el Instituto para la Información Científica (ISI) (*Social science citation index; Arts and humanities citation index*), o los *Index to journals in communication studies through 1990* publicados por la Speech Communication Association (Matlon y Ortiz, 1992).

Por lo que respecta a América Latina en general y a México en particular, “los bancos de información y la sistematización documental de la producción científica se han desarrollado incomparablemente menos que en los países desarrollados, por lo que la actividad científica cuenta con mucho menor apoyo en este tipo de infraestructura, demostrando desde ahí su carácter periférico y marginal” (Fuentes Navarro, 1998: 224). En este sentido, dentro del campo de comunicación se han realizado varios esfuerzos como el Centro CONEICC de Documentación sobre Comunicación en México, que fue creado en 1977 en la Universidad Iberoamericana y es operado desde 1983 en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

Para el presente estudio, sólo fueron localizadas siete publicaciones, artículos y libros en donde las revistas académicas son analizadas para apoyar al estudio del campo de la comunicación de América Latina y de México: *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México* de Raúl Fuentes Navarro (1991a); del mismo autor (1990a): “*Cuadernos de Comunicación* y la constitución de un campo académico y profesional en México (1975–1990)”; y (1990b): “La investigación latinoamericana sobre medios masivos e industrias culturales y la comunicación”. Se cuenta con un recuento histórico general de estos medios de comunicación académica en el artículo de Francisco de Jesús Aceves González, titulado “Publicaciones sobre comunicación en México: las palabras errantes” (1993). A modo de referencia básica se encuentran las fichas correspondientes a México compiladas por Joëlle Hullebroeck en su *Repertorio de revistas latinas de comunicación y cultura* (1994). Un diagnóstico muy general sobre las mismas se localiza en el libro *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios* (1997) de Guillermo Orozco Gómez, en su capítulo quinto “La investigación de la comunicación dentro de América Latina”. En el número 32 de *Comunicación y Sociedad*, Florencia Saintout (1998) publicó el artículo “La recepción de los medios masivos en la revista *Comunicación y Sociedad*: una primera exploración”, donde analiza lo que se ha investigado sobre la recepción a través de los artículos publicados en dicha revista. Por otra parte, los únicos casos en los que se detecta el empleo de técnicas como la bibliometría para estudiar la estructura y el

desarrollo del campo a través de los productos publicados, ensayos, tesis y libros, pertenecientes a los miembros de un campo científico, son las sistematizaciones documentales: 1956–1986, 1986–1994 y 1995–2001 de *La investigación de la comunicación en México*, hechas por Raúl Fuentes Navarro (1988, 1996b, 2003b), quien, además, en 1998 publicó *La emergencia de un campo académico. Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*.

Un contexto abierto: comunicación, objeto difuso

El propósito del análisis fue explicar cómo se manifiesta, a través del conocimiento científico diseminado en las revistas académicas *Comunicación y Sociedad*, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* y *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, que la investigación académica de la comunicación en México ha sido guiada por el modelo hegemónico norteamericano, por orientaciones conceptuales y metodológicas europeas, en particular francesas, y por pocas aportaciones latinoamericanas, trabajadas desde marcos transdisciplinarios. Al ser producto de centros multidisciplinarios, donde se concentra la producción en pocos investigadores y se evidencia un decidido esfuerzo por llevar a cabo trabajo de campo a pesar de las limitaciones estructurales e institucionales, los resultados son una multiplicidad de tópicos y enfoques, síntomas inequívocos de la fragmentación del campo.

De tal manera, se asume que la generación del conocimiento en el campo académico de la investigación de la comunicación de México ha sido determinada por factores externos e internos. Dentro de los primeros sobresalen los elementos teórico–metodológicos norteamericanos y europeos que permean a nivel cognoscitivo el quehacer científico, en donde se incluye la característica más evidente del campo de la comunicación: su dudosa identidad disciplinaria, lo que ha generado un acalorado debate en Estados Unidos, que sentó raíces en los años cuarenta en torno a la distinción hecha por Paul Lazarsfeld entre la investigación “administrativa” y la “crítica” (Fuentes Navarro, 1999b).

En los años ochenta la polémica se intensificó al ser cuestionado el paradigma dominante, con lo que se abrió un camino enorme a la lucha por la hegemonía del campo y por la legitimidad que representa autoridad científica —por lo tanto, recursos, prestigio—, misma que ha sido obstaculizada por la confusa condición disciplinaria de la comunicación, cada vez más acentuada por la proliferación de perspectivas que como fuerza centrífuga han fragmentado y debilitado este campo en Norteamérica. Buenos ejemplos del debate se encuentran en el *Journal of Communication*, dentro de su número denominado *Ferment in the field* (1983), así como en *The future of the field* (1993), en donde queda manifiesto cómo con el deslizamiento del paradigma funcionalista quedaron al descubierto elementos negados e indispensables para que los estudios de la comunicación ampliaran su mirada, como la incorporación de los sujetos como categoría de análisis, el reconocimiento de la parte subjetiva de la investigación, la necesidad del trabajo multidisciplinario, etc, lo que destacó lo inconmensurable de la tarea científica.

Frente a esta situación, la investigación de la comunicación en América Latina se permitió el reconocimiento de las determinantes económicas, culturales, sociales y políticas propias. Entonces se observó cómo su práctica ha estado definida por un trabajo multidisciplinario y transdisciplinario, con préstamos y apropiaciones de otras disciplinas de las ciencias sociales, de saberes técnicos y especializados; marcada por el distanciamiento con la docencia y la urgencia de rigor científico, de ser tanto útil como pertinente socialmente. Se percibe un campo latinoamericano de la comunicación definido por una institucionalización débil que es otorgada en gran medida por las escuelas de comunicación y su desmesurada matrícula escolar.

Mezclados con los factores externos, entre los factores internos que han permeado el quehacer científico destaca la reestructuración sufrida en los ochenta en el campo académico de la investigación de la comunicación en México, debida en parte a la crisis económica que constriñó el área académica y de investigación, así como a la incorporación de nuevos investigadores. Una nueva generación de estudiosos, formados algunos en el extranjero en diferentes especialidades de las ciencias sociales, creó centros de investigación, independientes de la licenciatura, tanto en la provincia como en la ciudad de México (Fuen-

tes Navarro, 1998). Dentro de sus proyectos, calificados como innovadores en el país, pues han favorecido la generación del conocimiento en cantidad y calidad, se consideró el establecimiento de canales para la diseminación de sus productos como son las publicaciones académicas.

Las aportaciones hechas por el Programa Cultura de la Universidad de Colima, el DECS de la Universidad de Guadalajara y el Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco, han sido evidentes dentro de la estructura del campo académico de investigación de la comunicación en el país, en especial con respecto al incremento de productos publicados fuera de la ciudad de México, lo que ha impulsado una fase de expansión del campo, manifiesto sobre todo en los índices de producción. Según la *Sistematización documental 1986-1994* realizada por Fuentes Navarro (1996b), sólo 16% de los productos mexicanos de investigación fueron publicados antes de 1980; el resto no lo sería sino hasta el periodo siguiente. La circulación de este material ha implicado que se formalicen los mecanismos de publicación, cuyos rasgos fundamentales son el establecimiento del formato artículo (resultado algunas veces de avances de investigación), la publicación de libros colectivos (coordinados por uno o dos editores) y un cambio notable y mutante en cuanto a los lugares de edición.

El aumento en el número de productos publicados, indicativo de la composición del campo, nos habla de la importancia que ha cobrado publicar para los investigadores, ya que de ello dependen la evaluación de su desempeño, la promoción laboral y la designación de recursos, tanto por parte de las instituciones en las que se encuentran adscritos como por instancias de estímulo oficial como el Sistema Nacional de Investigadores (SNI).

En este sentido, resulta interesante observar cómo se concentra la producción a nivel nacional, pues poco más de 70% de los productos de investigación académica de la comunicación en el país, entre 1986 y 1994, fue generado por investigadores adscritos a sólo seis instituciones: la UNAM, la Universidad Iberoamericana, la UAM-Xochimilco, la Universidad de Guadalajara, el ITESO y la Universidad de Colima; y de los 25 investigadores con mayor número de publicaciones en estos años, sólo cinco no trabajaban en alguna de esas seis instituciones (Fuentes Navarro, 1998: 228).

A pesar de la tendencia a la concentración en los productores, los temas abordados en este periodo se diversificaron. En este sentido, Fuentes Navarro detecta entre las características más sobresalientes de la investigación de la comunicación en México la construcción del objeto de estudio con apoyo en la sociología, lo que él denomina “objetos enmarcados sociológicamente”; la continua perspectiva instrumental en el análisis de la comunicación y la dispersión entre los puntos de vista teórico–metodológicos, determinada por la diversidad de marcos disciplinarios (históricos, educativos, antropológicos, económico–políticos, lingüístico–semióticos).

Los breves trazos mostrados de la práctica de la investigación en México y sus determinantes externas e internas nos conducen al análisis de las publicaciones académicas seleccionadas en el presente estudio, realizado como tesis de Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la ciencia y la cultura. Este es un trabajo desarrollado y fundamentado empíricamente mediante postulados propios de la bibliometría, que se concretan en el diseño de operaciones metodológicas a exponerse en el siguiente apartado.

Metodología

En el estudio se aplicó la bibliometría para cuantificar los productos diseminados a través de tres de las revistas académicas de comunicación mexicanas más importantes. Para ello, se tomaron como guía las cuatro preguntas de investigación que resultan de la intersección entre bibliometría y comunicación académica, preguntas que fueron adaptadas, dado que el centro del análisis son sólo los artefactos (“producto formal o resultado, así como insumo de la comunicación académica a otros”, Borgman, 1989: 587–588), denominados productos.

- Caracterización de comunidades académicas [...] combinamos estudios de colegios invisibles y estudios de especialidades de investigación, que aunque son teóricamente distintos, tienen mucho en común metodológicamente [...] las comunidades académicas han sido estudiadas mediante sus productores, artefactos y conceptos.

- Evolución de comunidades académicas. La mayor parte de los trabajos que han seguido comunidades científicas a lo largo del tiempo han confiado en el análisis de citas de artefactos, especialmente el análisis documental de co-citación. Comparando los cambios de composición de los *clusters* de documentos co-citados, es posible identificar tanto la magnitud como la dirección del cambio en tópicos de la investigación.
- Evaluación de contribuciones académicas. La importancia de una idea se mide por el número de citas que recibe en los documentos en que es incorporada. De este modo la referencia a un artefacto se ve como una elección sociométrica.
- Estudios de difusión de ideas. La bibliometría puede usarse para trazar la evolución de una idea en ámbitos disciplinarios y trans-disciplinarios [...] Dentro del campo de la comunicación se han realizado diversos estudios de difusión de ideas, como el de Paisley (1984) (Borgman, 1989, citado en Fuentes Navarro, 1998: 212).

A partir de lo anterior fueron seleccionadas las tres revistas ya mencionadas, debido a que “el conocimiento disseminado a través de ellas proviene de investigación realizada en las universidades, sujeta a las normas de la actividad académico-científica, y por tanto pública en su financiamiento, objetivos, procedimientos y resultados” (Fuentes Navarro, 1998: 68). Las tres publicaciones son consideradas como de alta calidad por responder a proyectos concretos de investigación; por contar con mecanismos de arbitraje nacional e internacional para la selección de los trabajos a publicar, con normas formales para los artículos, con resúmenes (*abstracts*) en español e inglés para cada producto, y por sostener una edición con retrasos pero constante, ya sea anual, en el caso de *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, o semestral, para las dos restantes. *Comunicación y Sociedad* y *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* fueron incluidas desde 1994 en el índice de revistas científicas mexicanas de excelencia por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

Para proceder a su análisis, las publicaciones fueron estudiadas con el carácter de medios de disseminación, al considerar los propósitos declarados (y el

formato adoptado) en cuanto su función comunicativa primordial, ya que de acuerdo con Antonio Pasquali,

Se entiende por *difusión* el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensibles, a la totalidad del universo receptor disponible en una unidad geográfica, cultural, etc. Se entiende por *divulgación* el envío de mensajes elaborados mediante la transcodificación de lenguajes crípticos a lenguajes omnicomprendibles, a la totalidad del universo receptor disponible. Se entiende por *diseminación* el envío de mensajes elaborados en lenguajes especializados, a receptores selectivos y restringidos (1970: 200–201).

Una vez hecha esta distinción, se sistematizaron los productos incluidos dentro de todos los números de cada publicación editados hasta el año 2000 (véase el cuadro 1).

Para desarrollar el estudio se establecieron cinco categorías de análisis:

- Las publicaciones académicas. Dentro de esta categoría se encuentran las tres revistas seleccionadas.
- Los artículos o productos. El centro del estudio fue el análisis de los productos publicados por los investigadores adscritos a las instituciones que editan las revistas, salvo las reseñas de libros. Para localizarlos, se hizo un listado general con todos los productos publicados en ellas (un total de 549), de entre los cuales fueron detectados como Propios los de investigadores adscritos a las instituciones que editan las revistas (sólo 184), que se constituyeron como muestra analítica. Los restantes, un total de 365 productos excluidos del análisis, fueron definidos como Ajenos y catalogados de acuerdo con el origen de su autor, como Ajenos nacionales (un total de 169) y Ajenos extranjeros (un total de 196).
- Los productores. A través del análisis de los artículos seleccionados es posible obtener los índices de producción de los autores. Fueron localizados 67, considerando sólo aquellos investigadores adscritos a las instituciones que editan las revistas.

Cuadro 1.
Caracterización de las revistas analizadas (1986–2000)

Título	Institución editora	Desde	Números	Total
<i>Estudios sobre las Culturas Contemporáneas</i>	Programa Cultura, Centro Universitario de Investigaciones Sociales (CUIS), Universidad de Colima	1986	Época I: 18, época II: 12. Total: 30	227
<i>Comunicación y Sociedad</i>	Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH), Universidad de Guadalajara	1987	37	229
<i>Versión. Estudios de Comunicación y Política</i>	Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco	1991	10	93

- Los temas. Una vez hecha la cuantificación de los productos seleccionados (184), se emprendió la clasificación de los temas abordados en cada uno. Para ello, se creó una categorización temática adecuada que implicó una enorme dificultad, debido a que cada producto podía ser clasificado en varias a la vez. Sin embargo, fueron ubicados diez temas principales, citados con frecuencia. Además se detectaron tópicos diversos, muy poco abordados, que fueron colocados dentro de una categoría denominada Otros (véase el cuadro 2).
- Las citas. De la muestra analizada fueron abstraídas sólo las citas o referencias hechas a artículos Ajenos, es decir, fueron excluidas del análisis las citas autorreferenciales de cada producto. Se seleccionaron para el análisis las citas hechas a otros autores, siempre y cuando estos aparecieran más de tres veces. Con estos parámetros se obtuvo un total de 125 citas, que fueron a su vez clasificadas de acuerdo con el origen del autor, nacional o internacional.

Cuadro 2. Categorías temáticas construidas

Televisión	Contempla los estudios sobre este medio masivo en general, así como análisis específicos de sus vínculos en contextos regionales, nacionales o globales o en relación con aspectos considerados políticos, económicos, ideológicos, laborales, tecnológicos, etcétera.
Medios impresos	Abarca todos los productos que hacen referencia a estos medios; se incluyen estudios sobre historietas, revistas y periódicos.
Técnicas de investigación	Contempla todos los productos en los que se exponen técnicas de investigación: historia de vida, historia oral, grupo de discusión, etnografía, entrevista, encuesta, etcétera.
Medios en general	Esta categoría comprende todos los productos que abordan el análisis de varios medios masivos de comunicación juntos y desde distintas perspectivas: social, cultural, académica, económica, etcétera.
Cine	Tema central en diferentes productos, en donde es tratado en relación con su historia, su impacto social y recepción.
Campo de la comunicación (investigación, académico)	Productos que lo abordan desde perspectivas tanto cualitativas como cuantitativas.
Telenovelas	Productos que tienen como centro el estudio de este género televisivo.
Cultura	Todos los productos que abordan a la cultura como objeto o aspectos culturales nacionales o regionales.
Comunicación e instituciones	Aquellos productos que analizan a la comunicación en relación con la religión, la política, la educación, etcétera.
Nuevas tecnologías	Productos en donde se analiza el impacto de las computadoras en la educación o la Internet como un nuevo espacio de interacción.
Otros	Categoría amplia que incluye a todos aquellos productos cuyo centro son temas muy poco publicados o de estudio reciente como los movimientos sociales, radio, telecomunicaciones, recepción, consumo, mitos/creencias populares, frentes culturales, identidad cultural, discurso político, consumo, audiencias, ofertas culturales, cartografías culturales, etcétera.

Análisis e interpretación de la información

Los productos

Al aplicar la bibliometría en el análisis de los productos publicados dentro de las revistas académicas *Comunicación y Sociedad* del DECS de la Universidad de Guadalajara, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* del Programa Cultura de la Universidad de Colima y *Versión. Estudios de Comunicación y Política* del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco, desde el primer número de cada una y hasta el año 2000, se detecta que han sido publicados en ellas un total de 549 productos.

Entre los productos localizados se distinguen dos tipos de artículos: los publicados por académicos adscritos a las instituciones editoras y los generados por autores ajenos a ellas. Los primeros representan el centro de nuestro estudio y de acuerdo con el análisis, han diseminado 184 productos a través de las publicaciones académicas analizadas. Del segundo tipo se encontraron 365 productos, entre los que 196 pertenecen a autores Ajenos extranjeros y 169 a autores Ajenos nacionales. Se puede observar que el número de productos publicados por autores Ajenos a las instituciones editoras (66.48%) supera a los diseminados por investigadores adscritos o Propios (33.52%) (véase la gráfica 1).

Dentro de los productos publicados por Ajenos destacan en número aquellos que pertenecen a autores de origen extranjero (35.7% del total general), pues superan al total de los Propios y a los publicados por autores Ajenos nacionales. Esto puede relacionarse sobre todo con la dependencia estructural de México con Estados Unidos y Europa, que ha determinado teórica y metodológicamente la investigación de los fenómenos comunicacionales (Fuentes Navarro, 1992).

Este rasgo general se manifiesta con matices particulares en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, en donde el número de productos publicados por autores nacionales Ajenos a la Universidad de Colima (92) supera tanto a los Propios (53) como a los Ajenos de origen extranjero (82). Este matiz es congruente con una intención expresa del Programa Cultura: “Reducimos el número de páginas y reforzamos nuestro equipo editorial con presencia de más compa-

ñeros y compañeras de todo el país. Es una labor que quiere ser más colectiva y abarcadora, precisamente para fomentar y dar salida a voces de todos nuestros Méxicos” (*Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1995: 5–7). También podría aducirse la necesidad real de suplir la carencia de productores adscritos a la Universidad de Colima y de miembros del Programa Cultura.

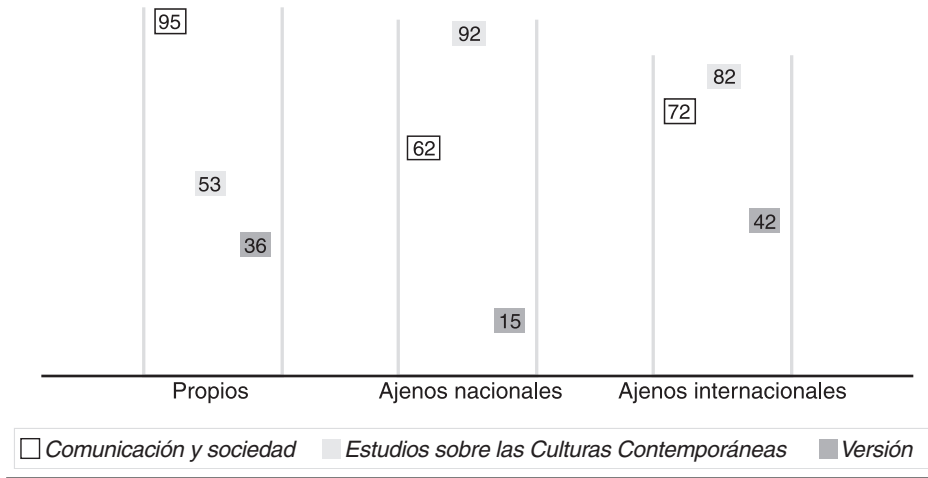
Al enfocar de nueva cuenta los 549 productos diseminados a lo largo de la existencia de las revistas, se distingue que 229, la mayor parte de ellos, provienen de *Comunicación y Sociedad*; le sigue *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* con 227, y por último, *Versión* con 93. La distancia que se observa entre productos publicados por una u otra revista son mínimos en el caso de las dos primeras y aumenta al compararlas con *Versión*, lo cual se explica en los números editados por cada revista: *Comunicación y Sociedad* cuenta con 37 números, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* con 30 y *Versión* sólo con diez. En este sentido conviene considerar que todas las publicaciones tienen retrasos en la edición.

Las diferencias reales aparecen al observar la composición de la muestra analizada: de los 184 productos Propios 51.63% pertenece a la revista del DECS, 28.8% a la publicación del Programa Cultura y 19.57% a *Versión*. De alguna manera estos datos apoyan la observación hecha por Fuentes Navarro (1996b) sobre la producción de los centros ubicados en Guadalajara y Colima, que por su alta productividad han establecido un esquema geográfico bipolar en el campo.

Productores

Los 184 productos Propios han sido generados por 67 investigadores. Casi la mitad de ellos (30) se encuentra adscrita a la Universidad de Guadalajara, lo que quizá sea una de las razones de su alta productividad, conectada directamente con el número de productos propios en *Comunicación y Sociedad* (95) diseminados hasta el año 2000. En esta publicación, al parecer se cuida el equilibrio, es decir, que se publique en cada número casi igual número de productos de Propios y de Ajenos. En contraste, sólo 15 investigadores adscritos a

Gráfica 1.
Productos por publicación



la Universidad de Colima publican en su propia revista; mientras que en *Versión* participan 22 productores pertenecientes a la UAM–Xochimilco.

Los datos hacen referencia a diferentes concentraciones. Por un lado, la mayor parte de productores se encuentra en el DECS de la Universidad de Guadalajara, a donde han ido incorporándose académicos provenientes de otros centros de investigación, como Guillermo Orozco Gómez, quien abrió en 1989 el Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana y más tarde se incorporó al DECS, para publicar por primera vez en *Comunicación y Sociedad* en 1996; así como Sarah Corona Berkin, quien publicó en 1998 en *Versión* como adscrita a la UAM–Xochimilco y un año después en *Comunicación y Sociedad* como adscrita al DECS. Lo mismo sucede con quienes publican en ella primero como estudiantes de posgrado o ajenos a la Universidad de Guadalajara y después como investigadores del Departamento, como Raúl Fuentes Navarro y Rossana Reguillo Cruz, por citar a algunos.

En el lado opuesto se observa cómo en la revista de la Universidad de Colima la concentración mayor se da en el número de publicaciones por autor: de 53

productos Propios publicados, 35 son fruto sólo de dos académicos, de tal manera que hasta 1999, los textos de *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* pertenecían en su mayoría a los fundadores del Programa Cultura, Jorge González y Jesús Galindo Cáceres, quienes inclusive publicaban dos artículos por número. Sin embargo, a partir de 1997 se percibe la diseminación de productos de miembros más jóvenes del Programa Cultura, como Ana Uribe y Karla Covarrubias, y la cada vez más esporádica publicación de los productos de González y Galindo.

Por su parte, en *Versión* las concentraciones son casi imperceptibles debido a los pocos números publicados, por lo que se distingue un cierto equilibrio entre el número de productos publicados (36) y el de productores (22), así como en cuanto a la constitución del cuerpo de productores, que ha permanecido constante.

Más allá de la tendencia a la concentración en los productores, la incorporación de nuevos autores, aunque lenta y tardía, habla de la incidencia de los fundadores de los respectivos centros en la formación de investigadores dentro de la institución a la cual se encuentran adscritos y en consecuencia, del crecimiento paulatino del campo de la investigación en comunicación en México.

Como ya se comentó, de acuerdo con la autoría de los productos analizados se detecta un núcleo de académicos que publican más que otros dentro de cada una de las revistas. En la composición de estos núcleos se descubre siempre la presencia de los fundadores de los centros de investigación, así como de algunos investigadores de reciente ingreso o de generaciones más jóvenes, pocos en realidad. Los primeros publican desde el inicio de las revistas, en tanto pilares y a falta de más productores, para más tarde, con la incursión de nuevos autores, ir espaciando sus artículos, tal es el caso de Francisco Aceves González y Enrique Sánchez Ruiz, ambos fundadores del DECS de la Universidad de Guadalajara, quienes publicaron en forma ininterrumpida en cada número hasta 1998, pero después sólo Aceves González vuelve a publicar en 2000; o en *Versión*, Margarita Zires, que publica de manera consecutiva en varios números al principio, pero desaparece y reaparece en el último número de 2000.

Un factor determinante en la productividad de los académicos es la presión por publicar ejercida tanto por sus instituciones como por instancias oficiales

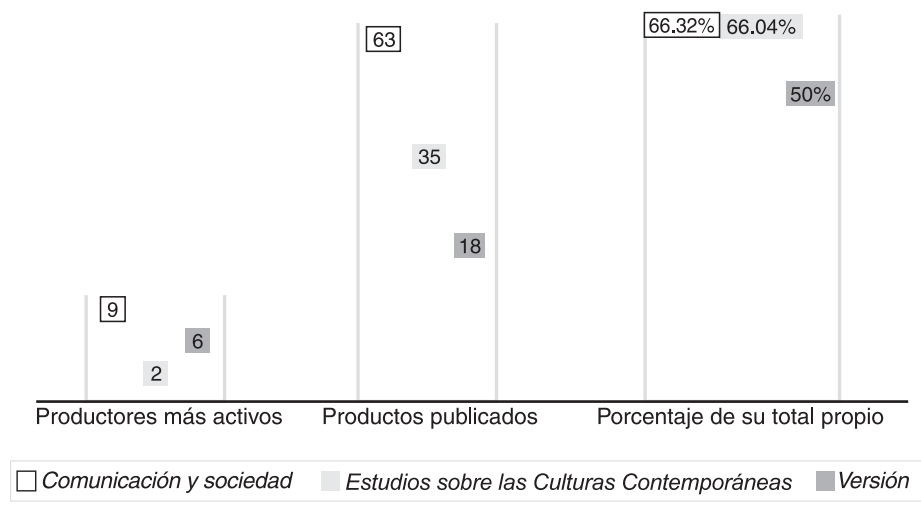
que les otorgan así reconocimiento, recursos, promociones, etc. Otro más es la visibilidad que genera, como dice la conocida frase: publicar o morir. Por lo tanto, es también una estrategia definitiva para maximizar el lucro científico, es decir, el “reconocimiento de los pares competidores” (Bourdieu, 1976: 5) en un campo caracterizado por prácticas científicas con doble vista, por un lado lo político y por el otro lo científico, “orientadas fundamentalmente a la adquisición de autoridad científica, especie particular de capital que puede ser acumulado, transmitido o incluso, bajo ciertas condiciones, reconvertido en otras especies” (Bourdieu, 1976: 89). De acuerdo con esto, en la gráfica 2 se muestra el número de productores, la cantidad de productos publicados por ellos y el porcentaje que alcanzan en relación con sus compañeros institucionales.

El número de investigadores que han publicado más de cinco productos (ocho) es reducido, lo cual sugiere que muchos de los productores son de formación reciente o que aun cuando están adscritos a la institución, en realidad no forman parte del centro de investigación o programa editor, motivo por el que su participación es casual o esporádica.

Entre los ocho investigadores que han publicado más de cinco productos, enlistados en el cuadro 3, se encuentran los fundadores del Programa Cultura y del DECS de la Universidad de Guadalajara, quienes ya en anteriores análisis (Fuentes Navarro, 1996b) fueron clasificados entre los productores más prolíficos en el campo. Los restantes pertenecen al DECS y han sido discípulos de sus fundadores durante el posgrado, además de contar con una amplia trayectoria en la docencia.

Cabe destacar que la mitad de ellos pertenece al SNI; la mayoría cuenta con el grado de doctor (sólo uno obtenido en el extranjero, los demás en el país) dentro de áreas de las ciencias sociales como antropología, sociología, educación, etc; todos desarrollan actividades de docencia y coordinación de posgrados, con publicaciones nacionales e internacionales, y más de dos participan en asociaciones mexicanas y latinoamericanas del campo.

Gráfica 2.
Concentración de productores en cada publicación



Formato de los productos

En los productos publicados se perciben la constitución de una comunidad académica o científica, las fronteras disciplinares, los retos y las debilidades. De acuerdo con los datos bibliométricos, se detecta que 50% (92 productos) del total de la muestra analizada son ensayos o reflexiones teórico–metodológicas; 23.92% (44) son reportes de investigación empírica; 22.28% (41) productos de investigación documental y 3.8% (siete) entrevistas o testimonios publicados.

Como puede observarse, los ensayos superan en su conjunto a los resultados de proyectos de investigación, ya sea empírica o documental. Dentro de esta categoría se ubican las reflexiones teórico–metodológicas, la teorización libre y pura, los ensayos bibliográficos o filosóficos, muchas veces de temas distantes a la disciplina de la comunicación.

Este dato se relaciona con dos rasgos fundamentales del campo académico de la investigación de la comunicación en México: primero, hay pocos recursos

Cuadro 3. Productores más activos

Autor	Institución	Productos publicados
Jesús Galindo Cáceres	Universidad de Colima	20
Jorge González	Universidad de Colima	15
Enrique Sánchez Ruiz	Universidad de Guadalajara	15
Francisco Aceves González	Universidad de Guadalajara	10
Gilberto Fregoso Peralta	Universidad de Guadalajara	7
Cecilia Cervantes Barba	Universidad de Guadalajara	7
Raúl Fuentes Navarro	Universidad de Guadalajara	7
Martha Renero	Universidad de Guadalajara	5

económicos para desarrollar proyectos de investigación empírica y el académico debe ser visible para tener acceso a ellos, lo que significa ser productivo y qué mejor manera que publicar; de otro modo, sólo le resta limitarse a la docencia y pasar desapercibido. En segundo lugar, la “capacitación técnica y teórico–metodológica sigue siendo deficiente” (Sánchez Ruiz, 1997), lo cual frena el desarrollo de nuevos proyectos de investigación.

El mayor número de ensayos proviene de *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, en donde representan un 81.13% del total de productos publicados en la revista; la razón aducida es el limitado número de miembros del Programa Cultura. Le sigue la revista *Versión* con un 63.89%, pues aun cuando el número de productores es mayor, se detecta muy poco trabajo de campo y un predominio de productos publicados a manera de ensayo sobre temas alejados a lo que podría considerarse la disciplina de la comunicación. Por último, *Comunicación y Sociedad*, en donde apenas alcanzan un 27.37% y la mayoría es de corte teórico–metodológico, lo cual habla de la importancia que esta comunidad académica otorga a la reflexión epistemológica y metodológica, necesaria

para el fortalecimiento de la producción del conocimiento. Los datos citados son distribuidos en la gráfica 3: se presentan las cifras alcanzadas en relación a la procedencia del producto diseminado.

En esta gráfica se muestra cómo los productos publicados que son resultado de investigación proceden en gran medida de *Comunicación y Sociedad*, en donde destaca el número de reportes de investigación documental, debido, por una parte, a que es más sencillo tanto económica como físicamente acceder o sistematizar documentos que hacer trabajo de campo y por otra, como una respuesta ante la necesidad de conocer desde su nivel más básico, histórico y después estructural, a los medios, sobre todo regionales, en congruencia con uno de los objetivos del DECS: “Incidir en la producción y sistematización del conocimiento, en el campo de la comunicación y de sus interacciones con el entorno socioeconómico, político y cultural, por medio de la realización de estudios e investigaciones” (Arredondo Ramírez, 1997: 18).

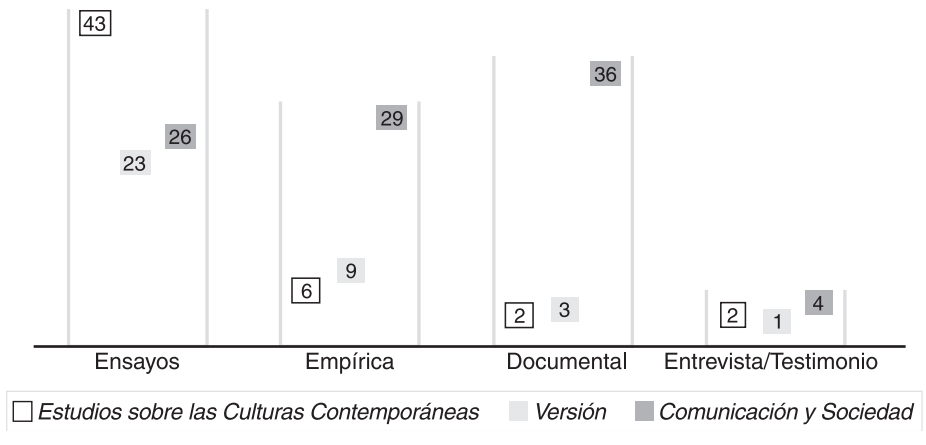
Por lo que respecta a las otras dos revistas, es superior la cifra de reportes de investigación empírica, de estudios de campo (etnográficos o de observación participante, por ejemplo). Esto puede deberse a los proyectos propios de cada centro; la escasez de investigadores de veras productivos; la falta de costumbre de dar a conocer sus investigaciones a través de la revista propia a su institución; así como a los parámetros impuestos para la selección de los artículos que serán publicados, etcétera.

Por último, los testimonios y/o entrevistas publicadas representan espacios abiertos para los actores principales en el campo de la comunicación, nacional e internacionalmente. La mayoría proviene de *Comunicación y Sociedad*, dentro de la que representan el 4.21%.

Tendencias temáticas

A través del análisis bibliométrico se detecta que un gran número de los productos se refiere a temas sobre o en relación directa con los medios masivos de comunicación, asunto que ya había observado Enrique Sánchez Ruiz (1992), al hacer hincapié en que han sido estos los que más han captado la atención de los

Gráfica 3.
Distribución por revista de la procedencia de sus productos



estudiosos de la comunicación, en cuanto a su dominio, sus orígenes, las determinantes de su operación social, sus relaciones con el poder, la composición de sus discursos o sus consecuencias e influencias sociales, entre otros elementos.

Por otra parte, 35.33% de los productos analizados hace referencia a múltiples tópicos: ensayos sobre el multiculturalismo en Estados Unidos, crónicas de Talpa, reflexiones sobre la política y la globalización, etc, por lo que estos, en su mayoría, podrían ser catalogados más como sociológicos, antropológicos, propios de las ciencias políticas o la historia, que de la comunicación.

Este último aspecto describe la diversidad temática existente en el campo, vinculada a la constitución disciplinaria de la comunicación, pues, según Martín-Barbero (1990), no está integrada por una disciplina, sino por un conjunto de saberes y prácticas pertenecientes a diversas disciplinas y campos, elemento que genera dispersión y amalgama, visible sobre todo entre ciencias sociales y adiestramientos técnicos. Además, existe una relación de los temas con los proyectos establecidos en cada centro editor, donde se desarrolla una práctica científica multidisciplinaria, caracterizada por la concentración de académicos formados en diferentes disciplinas de las ciencias sociales.

Las proporciones temáticas obtenidas fueron distribuidas dentro de diez categorías, donde se incluyen 119 productos: Televisión, Medios impresos, Técnicas de investigación, Medios en general, Cine, Campo de la Comunicación, Telenovelas, Comunicación e instituciones, Cultura, Nuevas tecnologías; y una más, con 65, denominada Otros.

Dentro de las diez categorías temáticas detectadas con claridad, la televisión se manifiesta como el medio de difusión masiva más estudiado, con 22 productos; le siguen los medios impresos, con 14. La mayoría de los productos alusivos a dichos temas, junto con el tratamiento de los medios masivos de comunicación en general (12 productos) y el estudio del propio campo de la comunicación en México (diez) pertenecen a investigadores del DECS de la Universidad de Guadalajara, quienes los han analizado desde su constitución histórica regional y estructural, así como en relación a aspectos económicos, políticos, etc. En concordancia con uno de los objetivos establecidos en su centro de “crear un espacio institucional, diferente de las opciones existentes, para promover el análisis crítico de los fenómenos de comunicación social en el contexto nacional, con un especial énfasis en la región occidental” (Arredondo Ramírez, 1997: 18), han desarrollado diferentes líneas de investigación aglutinadas en tres programas: relaciones entre la comunicación y la política, entre la comunicación y la economía, y entre la comunicación y los fenómenos culturales.

La selección de los problemas a resolver, los paradigmas, se encuentra definida en su mayoría por el proyecto de investigación propio de cada centro, lo que ha generado parcelas temáticas delimitadas. En este sentido, diez de los 12 productos referentes a técnicas de investigación caracterizados por su origen sociológico y antropológico, pertenecen a los investigadores de la Universidad de Colima, lo que habla de un propósito explícito del Programa Cultura por “servir como promotores de la cultura de la investigación sobre las múltiples dimensiones simbólicas de la sociedad. Cultura de pensar reflexivamente las culturas” (*Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1988: 5–9). De ahí que en su sección “Metodologías, métodos, técnicas” se discutan de manera reflexiva técnicas ligadas al estudio de los fenómenos comunicativos desde enfoques de la sociología de la cultura y los estudios culturales. De igual forma, en con-

gruencia con su intención de investigar la cultura contemporánea se detecta que la mayor parte de los productos publicados sobre el análisis de la cultura, seis de nueve, pertenece a los miembros del Programa, quienes además se han mostrado muy interesados por el estudio de los movimientos sociales, tema sobre el que se han publicado un total de seis productos y cinco provienen de *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*.

Lo mismo sucede con el estudio de las telenovelas (con un total de diez productos, publicados todos en esta revista), el género televisivo analizado sobre todo por los miembros del Programa Cultura, con lo que siguen su deseo de “volver inteligible cómo se ha abordado este fenómeno cultural contemporáneo, de qué manera la sociedad se relaciona con él y cómo está compuesta su videotextualidad, lo cual no es nuevo en ciencias sociales, sin embargo, nunca —al menos en América Latina— se ha realizado un esfuerzo conjunto para sentar las bases de su comprensión” (*Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1988: 5–8).

Resulta interesante observar cómo desde 1989 el estudio del cine (con un total de 12 productos) mantiene su importancia, pues es abordado en todas las revistas: en *Comunicación y Sociedad* (seis) desde una perspectiva histórica, como industria cultural, y desde su recepción; en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (uno) desde una perspectiva política; y en *Versión* (cinco), como uno de los temas de análisis frecuentes en tanto texto cultural, desde la semántica y la semiología.

Entre los temas que aparecen en todas las revistas se encuentran las nuevas tecnologías con un total ocho productos: cinco de investigadores adscritos a la Universidad de Colima, en donde son observados desde su apropiación en el terreno educativo; en *Versión* (uno) se mide su impacto cultural; y en *Comunicación y Sociedad* (dos) se ha tratado sobre la metodología para su estudio.

Otro más es el estudio de la comunicación en relación con las instituciones y con procesos religiosos, electorales y educativos (un total de diez productos publicados). Esta relación es tratada sobre todo por los académicos de la Universidad de Colima y por quienes participan en *Versión* y muestra la necesidad expresada en ambos centros de repensar los vínculos entre los campos de la

vida social y la comunicación, y/o como un indicio, también, de la visión instrumental que ha permeado el campo.

Ahora bien, es importante señalar que la mayor parte de los productos, un total de 119 ubicados dentro de las diez categorías mencionadas, corresponde a los investigadores adscritos a los centros de investigación editores, es decir, a los miembros del Programa Cultura, a los fundadores y adscritos al DECS de la Universidad de Guadalajara y unos pocos a los adscritos al Departamento de Educación y Comunicación de la UAM–Xochimilco; mientras que los productos reunidos en la categoría Otros pertenecen en su mayoría a productores adscritos a diferentes espacios y facultades de las instituciones editoras y no a los propios centros. En otros casos, son académicos de las distintas facultades o estudiantes de las maestrías coordinadas por los centros de investigación dentro de las propias instituciones, lo cual parece que genera la libre selección de problemas a resolver o propicia la innovación.

En la categoría denominada Otros se encuentran 65 temas diferentes, tratados con menor incidencia, que acentúan la dispersión, la sonada fragmentación. Temas itinerantes con cabida en más de una disciplina de las ciencias sociales, como la identidad cultural nacional, las reflexiones sobre la política nacional, el estado–nación, los géneros y estrategias del discurso, la política, etc. El “borramiento” de las fronteras teóricas entre las ciencias sociales y las humanidades (Geertz, 1980) es confirmado en estos productos, que en su mayoría provienen de *Versión*, dato vinculado por completo al objetivo de esta publicación que

es constituir un espacio teórico–político de evaluación y crítica en torno a los procesos de comunicación —y sus soportes tecnológicos— fundamentalmente en el contexto general de los procesos políticos y culturales que se desarrollan en México y América Latina. De ahí que todas las contribuciones que alimenten la revista queremos considerarlas como una *Versión* más de un saber fragmentado y en permanente cambio, que invita a ser transformado y remodelado por sus lectores y futuros colaboradores (*Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 1991: 4–8).

El análisis bibliométrico aplicado permite observar las tendencias temáticas en cada centro: los medios masivos (televisión, prensa, cine, etc.) y el campo de la comunicación han sido un foco de atención para los investigadores pertenecientes al DECS de la Universidad de Guadalajara; las telenovelas, las técnicas de investigación y la cultura, para los miembros del Programa Cultura; el análisis del cine y el estudio de la comunicación en relación con las instituciones, para los adscritos a la UAM–Xochimilco. Los principales temas de cada revista han sido publicados desde el inicio de las mismas, de la mano de los proyectos de investigación de sus respectivos centros. Se exceptúan los productos acerca del propio campo de comunicación, publicados en *Comunicación y Sociedad* por primera vez en 1994. Otros tópicos, variados, están ligados por lo general al surgimiento y desarrollo de los fenómenos comunicativos, a sus vínculos con procesos sociopolíticos, económicos y culturales y son determinados teórico–metodológicamente por tendencias norteamericanas, europeas y algunas latinoamericanas, que han ido apareciendo o redescubriéndose en el campo de la comunicación tanto nacional como global.

De esta manera, los productos diseminados en 1990 sobre los medios de comunicación y los procesos electorales en México tienen su referencia fundamental en las elecciones de 1988; los estudios sobre el impacto de los medios en la vida cotidiana, así como de sus usos sociales, o aquellos sobre la recepción y los análisis de las culturas populares, encuentran sustento teórico–metodológico en las reelaboraciones hechas a la “corriente de los usos y las gratificaciones”, en las obras de Jesús Martín–Barbero, en la recuperación de los *cultural studies* y en la teoría de la estructuración, que traen consigo los investigadores formados, algunos en el extranjero, dentro de diversas áreas de las ciencias sociales, muestra del ejercicio multidisciplinario prevaleciente en los centros. Por último, el análisis de los medios y su relación con el contexto internacional pende de las inquietudes surgidas a raíz de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

En 1991 se publica por primera vez en *Versión* sobre las nuevas tecnologías. Dos años más tarde son diseminados los primeros artículos sobre las creencias y los mitos en esa revista. Proliferan, entonces, los estudios de corte más sociológico y antropológico, en donde la comunicación es vista como medular para

la comprensión de los procesos sociales contemporáneos. Sale a la luz el tema de la recepción y el papel del sujeto es redimensionado, secuela del deslizamiento del paradigma dominante y el auge del constructivismo. Por último, cercano el siglo XXI, la globalización toma parte dentro de los estudios efectuados sobre los medios de difusión masiva.

En resumen, las temáticas identificadas dibujan un campo académico de la investigación de la comunicación transdisciplinario en esencia, con tintes profundamente sociológicos, antropológicos y lingüísticos. Los principales tópicos abordados son: los medios de difusión masiva (televisión, prensa, cine); comunicación y cultura; análisis del discurso; las ofertas culturales; las nuevas tecnologías; teoría y epistemología de la comunicación; subjetividad y comunicación; organización social y comunicación.

Análisis de citas

El análisis de citas permite registrar el uso del conocimiento científico implícito en los proyectos de investigación, trazar la influencia de una idea o captar la relevancia de un artículo u obra dentro de una comunidad científica. En el presente estudio, al cuantificar las citas que aparecían más de tres veces dentro de los 184 productos seleccionados, se obtuvo un total de 125 referencias a autores nacionales e internacionales.

76.8% de las 125 citas obtenidas se refiere a obras o artículos de autores extranjeros y sólo un 23.2% a nacionales, lo cual apoya la observación hecha sobre la dependencia estructural de México con Estados Unidos y Europa, o como menciona Orozco Gómez, la

síntesis entre la metodología norteamericana y la reflexión europea. Este proceso se ha referido como uno de sincretismo [...], ya que combina los procedimientos de las escuelas norteamericanas —primero Chicago y luego Stanford (Schramm), la Escuela de París (Althusser, Mattelart), la Escuela de Moscú (Bakhtin) y la Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Habermas) (1997: 126–127).

Aun cuando hay muy pocas referencias comunes entre las publicaciones, en términos generales se detecta un predominio de citas a autores u obras europeas, principalmente francesas: son las obras del sociólogo Pierre Bourdieu las más concurrentes, en particular *La distinción* (1998); le sigue *The constitution of society* (1984), del autor inglés Anthony Giddens; los dos tomos de la *Teoría de la acción comunicativa* (1989), del alemán Jürgen Habermas, y por último, el francés Michel de Certeau, de quien se citan diferentes títulos. La referencia extranjera más antigua es a “Las noticias como forma de conocimiento. Un capítulo en la sociología del conocimiento”, de Robert Park (1969), mientras que la obra citada más actual es *The social semiotics of mass communication*, de Jensen (1995).

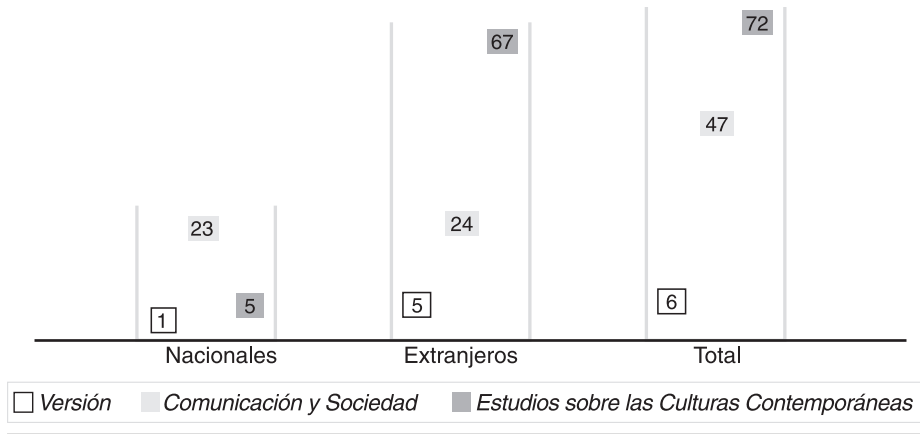
Las citas hechas a extranjeros reflejan cómo los investigadores mexicanos desde los ochenta son parte de una tendencia mundial que busca el regreso al sujeto,

como una reacción a las “teorías estructural–funcionalistas” que han dominado durante largo tiempo la escena sociológica, se han ido afirmando gestiones que consagran otras unidades de análisis, la persona, el grupo, las relaciones intersubjetivas en la experiencia de la vida cotidiana (Mattelart y Mattelart, 1997: 89).

De ahí que las referencias predominantes sean a representantes de la sociología interpretativa, heredera de la Escuela de Chicago, del interaccionismo simbólico y la etnometodología fundados por Simmel y Mead; a herederos de la Escuela de Frankfurt; a la teoría semiológica de Greimas; a la Escuela Francesa y la sociología del presente de Edgar Morin; así como a los *cultural studies* ingleses. Las proporciones de referencias a extranjeros y nacionales detectados en cada publicación se encuentran en la siguiente gráfica.

Como se muestra en la gráfica 4, el mayor número de citas a extranjeros proviene de los productos publicados en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, con 93.06% de un total de 72 referencias, principalmente a franceses como Fossaert; el restante 6.94% es a obras o productos de autores nacionales,

Gráfica 4.
Distribución de referencias por publicación



como Bonfil Batalla. Esto se relaciona con la formación de los miembros del Programa Cultura y su interés por estudiar los fenómenos sociales desde la perspectiva cultural; para ello se han apropiado de técnicas como la etnometodología, la historia de vida, la historia oral, la etnografía, etc, creadas y aplicadas por sociólogos como Mead, a quien citan con insistencia; además de su marcado interés en las ciencias cognitivas y la configuración de las nuevas organizaciones sociales, razones que explican las referencias a Morin, Varela y Maturana.

Mientras que el equilibrio se presenta en *Comunicación y Sociedad*, donde un 51.06% son referencias a extranjeros y el restante a nacionales, con el filósofo español–latinoamericano Jesús Martín–Barbero y el sociólogo inglés Anthony Giddens como los más citados. Estos datos evidencian el interés de estudiar los fenómenos comunicativos desde una perspectiva compleja e integral. Así, con Giddens conciben “la imbricación de las prácticas y la estructura, de la acción y la institución, en las relaciones concretas entre prácticas y coacciones exteriores, entre individuos y totalidad social, entre micro y macro” (Mattelart y Mattelart, 1997: 94) y junto con Martín–Barbero observan cómo la cultura es negociada y es un objeto de transacción en una variedad de contextos que abar-

can el cine, la prensa popular, la radio, la televisión, el circo, las interpretaciones musicales y muchos otros más.

Por último, dentro de las pocas referencias concurrentes a extranjeros que se presentan en los productos publicados en *Versión* (cinco), destaca la presencia de autores como Greimas, Foucault y principalmente Bakhtin, el más citado entre ellos. La mayoría pertenece a la corriente lingüística, en especial fundadores de la semiología, interesados por lo tanto en el análisis del discurso de los medios masivos, o en el caso de Foucault, de identificar los dispositivos de la comunicación–poder.

Resulta importante destacar que entre las obras más citadas en cada publicación se encuentran varios libros de texto, como se puede observar en el cuadro 4 que incluye las principales referencias por revista.

Por otra parte, en las publicaciones no se distinguen coincidencias entre las citas a obras o autores nacionales (29), aun cuando sí es clara la forma en que se citan. En este sentido, entre las referencias obtenidas de *Comunicación y Sociedad* (23) se distinguen artículos y obras de miembros del Programa Cultura y de la UAM–Xochimilco: Jorge González y Gabriel González Molina son referencia para quienes estudian la televisión y los medios impresos; Javier Esteinou, para los interesados en el análisis de los medios y la política.

De igual forma, se aprecia cómo los productores adscritos al DECS de la Universidad de Guadalajara se citan entre ellos constantemente, mas no en forma recíproca, es decir, Guillermo Orozco Gómez es citado por Cervantes Barba, Sánchez Ruiz y Torres San Martín; sin embargo, él no cita a estos autores. En consecuencia, además de Orozco Gómez, de esta forma son citados también Raúl Fuentes Navarro, Gilberto Fregoso, Ramón Gil Olivo y Pablo Arredondo Ramírez, una de las referencias más frecuentes para su propia comunidad académica, fundamental para los estudiosos de la historiografía de los medios de difusión en Jalisco.

Entre el reducido número de referencias nacionales detectado en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* no se encuentra ningún productor perteneciente a los otros dos centros; de los autores adscritos a la Universidad de Colima sólo es citado el artículo “Historia de vida, guía técnica y reflexiva” de Jesús Galindo Cáceres por sus compañeros miembros del Programa Cultura, tanto

Cuadro 4.
Obras de autores extranjeros citadas con mayor frecuencia

Revista	Autores	Número de citas
<i>Estudios sobre las Culturas Contemporáneas</i>	Schwartz, Howard y Jerry Jacobs (1984). <i>Sociología cualitativa: método para la reconstrucción de la realidad.</i>	10
	Brunner, Jerome (1988). <i>Realidad mental y mundos posibles.</i>	9
	Fossaert, Robert (1983). <i>La société. Les structures idéologiques</i> (t.VI).	9
	Maus, Marcel (1974). <i>Introducción a la etnografía.</i>	8
	Mead, George Herbert (1982). <i>Espíritu, persona y sociedad.</i>	8
<i>Comunicación y Sociedad</i>	Martín-Barbero, Jesús (1987). <i>De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.</i>	11
	Giddens, Anthony (1984). <i>The constitution of society. Outline of the theory of structuration.</i>	8
<i>Versión. Estudios de Comunicación y Política</i>	Bakhtin, Mikhail Mikhailovich (1982). <i>Estética de la creación verbal.</i>	5

por Jorge González como por los de formación reciente como Karla Covarrubias, lo cual sugiere que los productores adscritos a esta universidad no leen los productos de investigadores nacionales, a pesar de publicar en su revista el mayor número posible de ellos, o la distancia entre sus intereses y los de los otros es tan grande que es imposible encontrar apoyo entre los miembros del campo de la investigación de la comunicación en México. En contraste, el autor nacional más citado por ellos, en especial por Galindo Cáceres, es Guillermo Bonfil Batalla, lo que corrobora el interés de este programa por el estudio de la cultura contemporánea nacional desde una perspectiva antropológica.

Por último, en *Versión* sólo es citado en tres ocasiones un autor mexicano: Roger Bartra. La carencia de referentes tanto nacionales como internacionales

comunes se explica, en cierta forma, por la gran diversidad temática manifiesta en esta publicación.

Una de las características de las referencias a obras o autores nacionales es su antigüedad, ya que la gran mayoría data de la década de los ochenta, como puede constatarse en el cuadro 5. La más antigua es el artículo de Mariclaire Acosta Urquidi (1976), “Comunicación colectiva y socialización política: estudio comparativo del campo y la ciudad”, localizado en *Comunicación y Sociedad*, y las más actuales, ambas publicadas en 1995, son las obras *Consumidores y ciudadanos. Conflictos culturales de la globalización* de Néstor García Canclini y *Desarrollo de las industrias culturales audiovisuales en México y Canadá*, Proyecto Monarca de Delia Covi Druetta y otros investigadores.

En suma, a través del análisis de citas aplicado se observa la fuerte influencia que los modelos norteamericanos y europeos, en especial franceses, imprimen en la forma de pensar la comunicación de nuestros investigadores. Y con su referente latinoamericano por excelencia: Jesús Martín-Barbero, se corrobora la observación hecha por Sánchez Ruiz en torno a que

el movimiento hacia las mediaciones de la cultura y la comunicación, que de hecho no fue privativo de América Latina, sino que ocurrió también en Europa y Estados Unidos durante los ochenta, considero que fue —y sigue siendo— válido y muy importante, en la medida en que, por ejemplo, lo comunicacional “propiamente” se solía ocultar —como de hecho lo siguen haciendo— detrás de los análisis de los medios, en tanto actores económicos y políticos centrales de la segunda mitad del Siglo XX (2000: 519).

Por último, la falta de referentes nacionales comunes deja al descubierto el mínimo diálogo formal entre quienes participan dentro del campo académico de investigación de la comunicación en México, así como su necesidad de publicar distante a la de leer al otro. Paradoja que es explicada por Price así:

Cuadro 5.
Obras de autores nacionales citadas con mayor frecuencia

Revista	Autores	Número de citas
	Arredondo, Pablo (1986). <i>Los medios de comunicación en Jalisco.</i>	7
	Fernández Christlieb, Fátima (1982). <i>Los medios de difusión masiva en México.</i>	7
<i>Comunicación y Sociedad</i>	González Molina, Gabriel (1989). <i>The production of mexican commercial television news: The supremacy of corporate rational.</i>	7
	Arredondo, Pablo y Enrique Sánchez Ruiz (1986). <i>Comunicación social, poder y democracia en México.</i>	6
<i>Estudios sobre las Culturas Contemporáneas</i>	Bonfil Batalla, Guillermo (1987). <i>México profundo. Una civilización negada.</i>	6
	Aguilar Camín, Héctor (1982). <i>Saldo de la revolución: cultura y política de México 1910–1980.</i>	5
<i>Versión. Estudios de Comunicación y Política</i>	Barra, Roger (1987). <i>La jaula de la melancolía. Identidad y metamorfosis del mexicano.</i>	3

La comunicación científica a través del artículo publicado es y ha sido siempre un medio de establecer conflictos de prioridad por alegato, más que de evitarlos dando información [...] Los alegatos de propiedad científica son vitales para la imagen del científico y de sus instituciones. Por eso los científicos tienen una fuerte urgencia de *escribir artículos* pero sólo un afán moderado de leerlos. Por eso hay una considerable organización social de los científicos cuyo propósito es establecer y asegurar el prestigio y la prioridad que desean por medios más eficientes que el tradicional de la publicación de artículos (Price, 1963, citado por Fuentes Navarro, 1998: 34).

Conclusión

En el presente estudio se ha tenido la pretensión de explicar cómo es que en los productos diseminados a través de las revistas académicas *Comunicación y Sociedad*, del DECS de la Universidad de Guadalajara, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, del Programa Cultura de la Universidad de Colima, y *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM–Xochimilco, se reproducen los rasgos del campo académico de la investigación de la comunicación en México.

Con ese propósito se recurrió a postulados teóricos provenientes de la sociología de la ciencia, disciplina que concibe al conocimiento científico como producto social, en donde se destacaron el peso de la comunidad científica (Kuhn, 1971) y la definición de campo científico hecha por Bourdieu; la teoría de la comunicación contribuyó, en este caso, a distinguir las publicaciones estudiadas como de diseminación; y la bibliometría, técnica a través de la cual fue posible cuantificar los productos publicados desde el origen de las revistas y hasta el año 2000, para caracterizar la comunidad académica en cuestión.

Como se propuso al principio, la generación del conocimiento científico diseminado por las revistas académicas seleccionadas es determinada por factores externos como son los aportes teórico–metodológicos norteamericanos y europeos, que permean a nivel cognoscitivo el quehacer de investigador en el campo académico de la comunicación en México, así como por factores internos, desde estructurales hasta institucionales. Entre estos últimos se contempla la estructura propia del campo, caracterizada en principio por una *triple marginalidad*,⁷ así como por la práctica multidisciplinaria, palpable en los centros editores, en don-

7. A finales de los años ochenta, los investigadores mexicanos Raúl Fuentes Navarro y Enrique Sánchez Ruiz, al analizar las condiciones estructurales dentro de las cuales se produce conocimiento empírico sobre comunicación en México, llegaron a la conclusión de “que nos cubría una *triple marginalidad* estructural, que creo que se puede aplicar al resto de Latinoamérica: un primer nivel de marginalidad es la de la investigación científica en general, dentro del marco de las prioridades del desarrollo en nuestras sociedades, respecto del flujo de recursos, y en términos de estatus social. A su vez, la investigación en ciencias sociales es percibida socialmente, y dentro de la comunidad científica misma, como *soft*, sospechosa, de segunda, y por lo tanto

de estudiosos formados en diferentes áreas de las ciencias sociales establecieron la línea de la investigación a partir de proyectos concretos.

Como resultado del análisis bibliométrico de los productos publicados, se desprende que la dependencia estructural de Latinoamérica con Estados Unidos y Europa detectada por investigadores como Raúl Fuentes Navarro (1992), es un rasgo principal del campo académico de la investigación de la comunicación en México, visible tanto en el número de productos diseminados como en los referentes presentes en ellos de procedencia básicamente extranjera.

Los índices de productividad de los investigadores dan muestra de una fuerte tendencia a la concentración en la generación de los conocimientos, puesto que sólo ocho académicos de 69 han publicado más de cuatro productos durante casi dos décadas en estas tres revistas. En este caso, los productores más activos se localizan en el DECS de la Universidad de Guadalajara y en el Programa Cultura de la Universidad de Colima, centros calificados como de alta productividad.

Las restricciones financieras impuestas al quehacer científico nacional, así como la escasez de recursos humanos capaces de desarrollar investigación, junto con la fuerte concentración de productores, podrían explicar la mediana investigación empírica, cuantitativa y cualitativa, diseminada a través de las revistas, donde los ensayos o reflexiones teórico–metodológicas representan 50% de los productos publicados cuando, aunque son necesarios, no aportan nuevos conocimientos.

Como ya fue señalado en varios diagnósticos del campo académico de la investigación de la comunicación en México (Fuentes Navarro, 1990b; 1991a; Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz, 1992; Orozco Gómez, 1997, y otros), el estudio de los medios de difusión masiva, en especial la televisión (con un 11.96% de los productos), sigue absorbiendo la atención de los investigadores mexicanos. Sin embargo, cada vez es más evidente la pluralidad de tópicos que acentúa

está en un segundo nivel de marginalidad en los aspectos recién mencionados. La investigación sobre la comunicación, finalmente, es percibida como una especie de ‘hermanita menor’ de las otras disciplinas sociales, inmadura, sin objeto ni métodos, ni teorías propias” (Sánchez Ruiz, 1995: 85).

la fragmentación: un 35.33% de los productos hace referencia a múltiples objetos de estudio, muchas veces distantes a lo que podría considerarse parte de una disciplina concreta de comunicación. Este dato puede interpretarse como prueba del borramiento de las fronteras disciplinarias, así como de la naturaleza multidisciplinaria de la comunicación, entendida en nuestro subcontinente como “un movimiento de intersección que no es, de ninguna manera, una amalgama o síntesis de saberes. Se trata más bien de un producto de las relaciones entre el objeto de estudio, la especificidad de las contribuciones analíticas y la particularidad de la evolución histórica de ambos” (Vassallo de Lopes, 2001: 49).

Estos tópicos han sido definidos a partir de los proyectos de investigación desarrollados en cada centro. Así, quienes constituyen al Programa Cultura de la Universidad de Colima hermanan la antropología, la sociología y las teorías de la comunicación para estudiar los fenómenos comunicativos desde una perspectiva cultural; en el DECS de la Universidad de Guadalajara se enlazan perspectivas socioculturales, estructurales, pedagógicas, sociológicas y estadísticas en el estudio de los medios de difusión masiva, y en el Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco, la semántica y semiología son combinadas con perspectivas históricas y políticas para leer los fenómenos comunicativos y detectar sobre todo los dispositivos de la comunicación–poder. En resumen, las temáticas identificadas dibujan parcelas transdisciplinarias del campo académico de la investigación de la comunicación en México, con tintes profundamente humanistas: sociológicos, antropológicos y lingüísticos.

Como confirmación de la dependencia estructural detectada, el análisis de las citas mostró cómo el sustento teórico–metodológico de los investigadores se encuentra en obras de autores extranjeros en esencia, así como en su afiliación en los ochenta a una tendencia mundial que va dejando de lado aquella visión meramente instrumental de los medios para dar un lugar central a la comunicación dentro de los procesos socioculturales y al sujeto como elemento tanto determinante como determinado por las estructuras.

Por último, la escasa comunicación académica observada entre los productores nacionales —las citas entre ellos son de veras mínimas— obliga a pensar en un distanciamiento a nivel cognoscitivo, es decir, en la multiplicación de

intereses reflejada en tópicos y enfoques teórico–metodológicos, y delinea un campo académico de la investigación de la comunicación en México fragmentado, sin encuentros, confrontaciones, ni cooperación, sin condiciones, como señalara Rosengren (1993), para “la acumulación de conocimientos necesario para fortalecer al campo” o, si se quiere, como comentaba en su momento Gerbner (1983), “ejemplo de vitalidad” por la efervescencia galopante en que se encuentra.

Como todo trabajo descriptivo, este ha formulado más preguntas que aquellas que pudiera contestar.

En todo caso, la comunicación nombra hoy a la vez uno de los más fértiles territorios de la investigación social y el espacio social más denso de ensoñaciones y pesadillas, a las que la propia investigación no puede sacarle el cuerpo. Pues en alguna forma debe enfrentar el síntoma y la paradoja de que en la ‘era de la comunicación’ sea de incomunicación de lo que más parece sufrir tanto la sociedad como los individuos (Martín–Barbero, 2001: 24).

LA REPRODUCCIÓN DEL CAMPO ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO:

un análisis de las tesis de maestría (1996–2000)

Gabriela de la Torre Escoto

Introducción

En este trabajo se presentan los resultados de un análisis descriptivo de las tesis de maestría presentadas en tres programas nacionales entre 1996 y 2000, con el objetivo de identificar los rasgos distintivos de la producción de conocimiento y la formación de nuevos agentes dentro del campo académico de la comunicación en México. Este análisis es parte, a su vez, de la tesis de Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la ciencia y la cultura de la autora.

Contextos del análisis

El desarrollo del campo académico de la comunicación

Desde la segunda guerra mundial, con el desarrollo de los medios de difusión se empezó a conformar un área de conocimiento especializado en el “conjunto de instituciones, estructuras mediadoras y prácticas socioculturales a través de las cuales se producen, circulan y reproducen socialmente los símbolos y significados” (Orozco Martínez, 1999: 1). Esta área se ha ido constituyendo como un campo académico en la medida en que se ha legitimado su estructura y funcio-

nes,¹ se han definido sus fronteras de conocimiento y, sobre todo, se han institucionalizado sus prácticas académicas y científicas.²

El desarrollo de este campo académico ha sido un proceso complejo y conflictivo, sujeto a los factores externos (especialmente económicos y políticos) e internos (intelectuales y culturales), que lo estructuran. En México, su constitución se ha concentrado en las universidades y ha estado “determinado, en su escala más general en los últimos veinticinco años, por la coincidencia de intensos y extensos procesos de cambio, por una parte en las condiciones del mercado académico nacional y por otra en los marcos epistemológicos y teórico–metodológicos del estudio de la comunicación” (Fuentes Navarro, 1998: 25).

Las instituciones de educación superior han jugado un papel central en este proceso de desarrollo, puesto que ha sido en estos espacios donde se han institucionalizado las prácticas académicas y científicas, con todos los conflictos y limitaciones que ello implica, pero también con el apoyo económico, político y social de las universidades. El desarrollo histórico de este campo puede ser trazado, entonces, a partir de las propuestas educativas (más aún en los programas de formación de profesionales a nivel de licenciatura) y de investigación en estas instituciones, a su vez determinadas por el contexto político–económico nacional e internacional.

Los estudios de posgrado han sido un espacio privilegiado para articular “las funciones sociales sustantivas de la universidad: la docencia, la investigación y la extensión, con los imperativos funcionales de reforzar la profesionalización pero también la crítica en todos los campos del saber y en todos sus niveles” (Fuentes Navarro, en prensa b: 16). Si se considera esto, es posible impulsar desde los posgrados, de manera estratégica, la consolidación del campo y re-

1. Se entiende campo como “una red o configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, ya sean agentes o instituciones, por su situación (*situs*) actual y potencial en la estructura de la distribución de las diferentes especies de poder (o de capital) —cuya posesión implica el acceso a las ganancias específicas que están en juego dentro del campo— y, de paso, por sus relaciones objetivas con las demás posiciones” (Bourdieu y Wacquant, 1995: 64).
2. La institucionalización del campo académico se refiere al conjunto de factores organizacionales y estructurales relativamente permanentes y legítimos que propician ciertas prácticas y procesos intelectuales.

orientarlo de manera que permita avanzar hacia su legitimación, autonomía y poder, pero, sobre todo, hacia la generación de conocimientos acerca de los sistemas y prácticas sociales de comunicación, que lleven en cierta medida a un cambio social.

Por qué estudiar las tesis de maestría

La tradición académica, la formación de investigadores y la integración de comunidades académicas son aspectos clave para entender cómo se constituye el campo, identificar sus fortalezas y debilidades, reflexionar en torno a la práctica y sus condicionantes, y buscar nuevas estrategias de articulación.

Desde principios de los años setenta se han hecho intentos por recuperar analíticamente los trabajos de investigación en comunicación en América Latina. En diversos textos (Rota, 1974; Beltrán, 1981; Jara, 1981; Sánchez Ruiz, 1988; Fuentes Navarro, 1988, 1991a, 1996b, 1998, en prensa a; Orozco Gómez, 1997) se presenta una reflexión en torno a las prácticas científicas sobre comunicación, sus avances y limitaciones, los retos que esta disciplina implica y sus perspectivas.

Las tesis de maestría, productos de las prácticas culturales de los agentes de un campo, son bienes simbólicos que reflejan sus condiciones de producción y reproducción académica y científica.³ De tal manera, este análisis busca identificar las características de la constitución del campo en cuanto a la reproducción de nuevos agentes en dos niveles:

3. Se entiende la reproducción como un sistema de autopropagación o proliferación de los recursos, bienes y agentes dentro de un campo específico, gracias tanto a su estructura como a las condiciones extrínsecas e intrínsecas que contribuyen al mantenimiento de dicho sistema. Las prácticas de reproducción, como prácticas sociales, se encuentran “inmersas en condicionamientos y mediaciones sociales, culturales, económicas, políticas, institucionales, etc.” e implican para sus actores ser parte de luchas por los recursos, por la legitimidad y la hegemonía, por el reconocimiento y la distinción, en muchos frentes y niveles (Sánchez Ruiz, 1995: 83).

- El tipo de agentes que se está formando en la práctica: si se da mayor énfasis a la formación de docentes, de profesionales especializados o de investigadores.
- Las tendencias de esta reproducción del campo en cuanto a los temas, actores, medios y fases de la comunicación estudiados, y las metodologías empleadas en las investigaciones.

Programas de Maestría en Comunicación en México

En 1976 la Universidad Iberoamericana (UIA) abrió la primera Maestría en Comunicación en México, orientada a la atención de problemas comunicacionales, sociales y de desarrollo. Tres años después, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) abrió su programa en Ciencias de la Comunicación y a mediados de los ochenta se abrieron tres más: en Monterrey (Universidad Autónoma de Nuevo León), Guadalajara (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, ITESO) y la Ciudad de México (Centro Avanzado de Comunicación).

El número de programas de posgrado en comunicación en México ha venido experimentando un crecimiento sostenido en los últimos años. Cuando en 1990 existían apenas siete maestrías, ahora operan poco más de 30 posgrados, nueve de ellos inscritos en el Padrón de programas de posgrado de excelencia para ciencia y tecnología (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT/Secretaría de Educación Pública, SEP, 2001).⁴ Este incremento en el número de programas y la formación de nuevos investigadores, junto con otros factores relacionados con la productividad, la difusión y la calidad, pueden ser un indicador

4. A partir de la década de los setenta, con la fundación del CONACYT, las actividades para el desarrollo y difusión de la ciencia y de la tecnología empezaron a ser consideradas como parte de la política del estado. En 1991 se creó el Padrón de programas de posgrado de excelencia para ciencia y tecnología, “considerando la importancia estratégica de asegurar la formación en el país de recursos humanos de alto nivel que impulsen el desarrollo científico y tecnológico nacional” (CONACYT, 1999: 2). Este programa reconocía la calidad académica de los posgrados en función de diversos parámetros internacionales y canalizaba los apoyos sobre estas bases. A raíz de las elecciones de julio de 2000, los cambios en el sistema político mexicano desencadenaron modificaciones en las políticas públicas en todos los sectores, incluyendo el científico y universitario.

de la tendencia del campo hacia la legitimación académica, tanto científica como social.

El análisis de las tesis

Para esta investigación se consideraron únicamente las maestrías con un número de tesis tal que permitiera hacer un análisis representativo: por ello se trabajó con los programas del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), la UIA y la UNAM. El análisis se limitó a las tesis producidas entre 1996 y 2000 por cuestiones metodológicas y porque durante este tiempo los programas de estas tres universidades formaban parte del padrón del CONACYT. Al cambiar el marco del padrón, en 2000, salieron el ITESM y la UIA. Otros programas que integran el padrón son los de la Universidad de Guadalajara, el ITESO y el de la Universidad Autónoma Metropolitana–Xochimilco (UAM), pero aún no cuentan con un número representativo de tesis, pues abrieron en 1998.

Gracias a la colaboración de los coordinadores de las maestrías seleccionadas y sus asistentes,⁵ se logró armar una base de datos precisa y un acervo de las tesis realizadas entre 1996 y 2000. Con el apoyo del CONACYT para el proyecto de bases de información referentes a los estudios de comunicación en México, fue posible conseguir en cada universidad las tesis que integran el cuerpo de análisis.

Categorías de análisis

De acuerdo con los intereses de esta investigación se analizaron los siguientes aspectos en cada una de las tesis: el tema, el tipo de investigación e instrumentos empleados, la fase del proceso de la comunicación abordada, los actores

5. Un especial reconocimiento y agradecimiento a la disposición y apoyo por parte de José Carlos Lozano Rendón, coordinador de la Maestría en Ciencias con especialidad en Comunicación del ITESM, y de su asistente, Ma. Eloísa Solís Terrazas; de Susana González Reyna, coordinadora de la Maestría en Comunicación de la FCPyS; de Juan Francisco Escobedo, coordinador de la Maestría en Comunicación de la UIA, y de Margarita Maass Moreno, coordinadora de esta maestría en el periodo 1998–2000.

estudiados y el medio analizado. Para cada aspecto se definieron categorías analíticas mutuamente excluyentes, por lo que debieron formularse en términos amplios, de modo que se abarcara lo más posible. Una vez definidas las categorías y sus contenidos, se procedió a afinar la clasificación de las tesis y a agruparlas según el contenido de cada categoría.

Al considerar las líneas de investigación propuestas por los estudios de maestría en cada universidad y sus tendencias formativas en la disciplina, fue posible cruzar datos (entre la propuesta, oferta y recursos por institución, y las investigaciones realizadas por los estudiantes), para identificar las tendencias por año (aunque por ser un periodo tan corto no representan un dato significativo) y la influencia de diversos factores institucionales (líneas de investigación, propuesta educativa y número de asesores con que cuenta la maestría) en la definición de los temas, actores, medios y fases de la comunicación estudiados, y las metodologías empleadas en las tesis.

Para la clasificación temática de las tesis, se establecieron nueve categorías que pueden observarse en el cuadro 1. Las categorías para identificar los distintos actores estudiados se muestran en el cuadro 2.

Las tesis que integran el cuerpo del análisis investigan sobre los diferentes aspectos relacionados con la comunicación y no sólo sobre el proceso en sí. De tal manera, para identificar el aspecto en el que se centran es necesario partir de un modelo que contemple los diversos ámbitos de la comunicación, definidos en tres fases del proceso de construcción social de sentido: la producción, la circulación y el consumo de mensajes. Cada fase presenta sus propios procesos internos, actores, factores y determinaciones espacio-temporales (véase la gráfica 1).

En la fase de producción se puede encontrar a las instituciones sociales (los medios masivos de comunicación, el estado, la iglesia, la escuela, etc.), actores que producen y emiten mensajes. En la fase de circulación se encuentran los mensajes difundidos por las instituciones, como parte de una oferta cultural, consumida por un público receptor; las investigaciones acerca de esta fase suelen analizar la oferta programática o el contenido de los mensajes. Por medio del análisis de contenido o del lenguaje se busca identificar los temas, valores y representaciones que ofrecen los mensajes.

Cuadro 1. Categorías temáticas

Tema	Descripción
Comunicación educativa	Análisis de los procesos de comunicación en las prácticas educativas; al análisis y/o diseño de estrategias educativas para la recepción de medios, generalmente de televisión; al análisis y/o diseño de estrategias educativas con nuevas tecnologías de información (puede ser Internet, computadoras e incluso video) o en los medios de comunicación masiva; al análisis de la enseñanza de la comunicación a nivel de licenciatura.
Comunicación organizacional	Análisis y/o diseño de estrategias de comunicación de una organización o institución; puede referirse a la comunicación interna, a la imagen institucional o a campañas institucionales hacia el exterior.
Comunicación y cultura	Investigación acerca de la comunicación en la cultura y sobre los medios alternativos.
Comunicación y política	Análisis del proceso de comunicación (con o sin tecnología) y su relación con el poder, el estado, las élites, la sociedad civil y la construcción de imaginarios colectivos; se incluyen también los trabajos de análisis y propuestas de políticas y legislación de la comunicación y la tecnología de información en México.
Estudios de recepción	Estudio sobre los hábitos de consumo cultural y la interpretación de mensajes mediáticos por parte de los públicos, así como la participación o influencia de estos en los medios de comunicación masiva.
Lenguajes mediáticos	Análisis del lenguaje empleado en productos comunicativos.
Historia de los medios de comunicación masiva en México	Investigación sobre la historia de los medios de comunicación en México y sus relaciones con otras instituciones (como la iglesia o el estado); incluye estudios sobre el papel de la mujer en los medios, realizados desde una perspectiva histórica.
Industrias culturales y representaciones*	Análisis de la conformación económica, organizacional y política de las industrias culturales; o bien, de la oferta cultural, las representaciones y la agenda temática propuestas por estas.
Tecnologías de información	Investigación sobre las tecnologías de información (computadora e Internet), sus usos y alcances; o el análisis de la percepción y actitud de los usuarios de estas tecnologías.

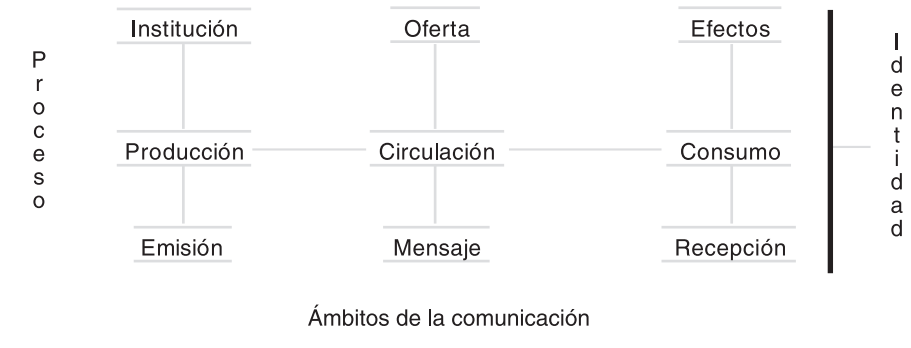
* Las industrias culturales son entendidas como “empresas o grupos de empresas que producen, distribuyen y buscan que se consuman bienes culturales” (Sánchez Ruiz, 2000: 58). Por bienes culturales se entienden aquellos productos de contenido simbólico que ofrecen una determinada representación de la realidad y que contribuyen a la construcción de identidades individuales y comunitarias.

La tercera fase del proceso se refiere al consumo de mensajes, ya sea como hábitos de consumo o como formas de interpretación, que contribuyen a la construcción de identidades individuales y comunitarias. Dependiendo del tipo de interacción en la que se encuentren los actores que consumen mensajes y la tecnología empleada, estos pueden ser considerados como audiencia (si la interacción implica medios masivos de comunicación), usuarios (si se interactúa con o por medio de una computadora e Internet) o simplemente receptores, sobre todo en las interacciones cara a cara. Las investigaciones acerca de esta fase pueden analizar los efectos de una estrategia de comunicación, las prácticas de mediación del receptor (puede ser de género, edad, clase social, etc.), los hábitos de consumo y preferencias de programas, mensajes o contenidos en uno o varios medios, o la identidad cultural propiciada por las representaciones que se generan a partir del consumo cultural. Si se refiere al receptor como usuario, se analiza la interacción del sujeto con la tecnología (computadoras, videojuegos, teleconferencias e Internet): actitud, grado de conocimiento, consumo o representaciones por parte del usuario y las formas de percepción, usos y aprendizajes generados por esta interacción.

La comunicación, como objeto de estudio, además de las fases de la construcción social de sentido, incluye los ámbitos político, académico y tecnológico. La relación entre el estado, las industrias culturales y otras instituciones, así como las políticas públicas acerca de estas y la producción y circulación de mensajes, constituyen el ámbito político. El académico, institucionalizado en las universidades, se objetiva en la formación de profesionales y especialistas, y en las investigaciones, modelos y teorías generados en este. El tecnológico se refiere a las características, limitaciones y potencialidades de la tecnología para la comunicación, sus implicaciones para la industria cultural y las formas de percepción mediática que propicia.

Una investigación puede referirse a una o más de estas fases del proceso, a todo el proceso (especialmente cuando se trata de diagnósticos de comunicación organizacional) o a sus ámbitos. Inclusive, puede generar algún producto de comunicación desde una perspectiva científica, con base en algún modelo o como respuesta a una necesidad detectada a partir de un diagnóstico del proceso.

Gráfica 1.
Mapa de los objetos de estudio



Por otra parte, puesto que las ciencias de la comunicación se han especializado en el estudio de los medios, sería injusto agruparlos dentro de un mismo apartado, cuando implican procesos, actores, representaciones, mensajes y códigos muy diferentes entre sí. Es por ello que los medios estudiados por las tesis se clasificaron en el cuadro 3.

Por último, se puede definir metodología como “el proceso de transformación de la realidad en datos aprehensibles, que buscan volver inteligible un objeto de estudio” (Reguillo Cruz, 1998: 22). Es el conjunto de procedimientos teórico–prácticos que guían el trabajo de investigación y que pueden utilizar diferentes herramientas o técnicas para la recolección de datos. La metodología empírica es aquella que recoge datos de manera directa por medio de algún instrumento como encuestas o entrevistas, por ejemplo, mientras que la metodología documental describe una realidad a partir de lo que otros han dicho.

Algunos de los trabajos no sólo investigan esa realidad sino que además proponen una estrategia de intervención desde la comunicación; como estos requieren un trabajo creativo distinto, se señalan aparte. Y, por último, se incluye otro apartado: propuesta teórico–metodológica, donde el autor, con base en una investigación documental–bibliográfica, crea su propio marco teórico–metodológico desde el cual investiga un objeto dado. Este trabajo requiere también de un proceso creativo distinto a los otros tipos de métodos

Cuadro 2.
Categorías para la identificación de actores

Actores	Descripción
Emisores	Se estudia al generador de mensajes: su vida, sus representaciones e ideología, sus relaciones de poder e interacciones, sus condiciones laborales y de producción o sus fuentes informativas, entre otros factores.
Receptores	Estudia a los agentes que actúan como receptores de un mensaje en un proceso de comunicación, ya sea grupal, institucional o masivo. Cuando se trata de medios se habla de audiencias y se delimitan según la edad, el sexo o la región geográfica. Cuando se trata de un proceso con tecnologías de información (específicamente la computadora e Internet), se les denomina usuarios y lo que interesa es la interacción entre estos y la mediación tecnológica.
Emisores y receptores	No se centra en un polo del proceso sino que estudia tanto a quien produce los mensajes como a quien los recibe, además de su forma de interacción dentro de un proceso de comunicación que puede o no ser mediado por tecnología.
Industrias culturales	Estudia el conjunto de instituciones que producen, distribuyen y buscan que se consuman bienes culturales. Investiga también la oferta cultural en algún medio de comunicación, los temas, representaciones y mediaciones que este propone. No estudia a algún público en concreto sino que se basa en el análisis de contenido de algunos productos comunicativos para describir las características de las industrias culturales, sus condiciones de producción y circulación de mensajes.
Estado	Estudia la relación entre las industrias culturales y las políticas nacionales o las relaciones de poder; o bien, se analiza el grupo de poder político y su relación con la regulación de la tecnología o con las industrias culturales.
Organización	Estudia las estrategias de comunicación de una organización, ya sea hacia el interior, de imagen institucional o ambas.
Académicos	Estudia a los sujetos que intervienen en el proceso de formación profesional o a los investigadores y teóricos de la comunicación.
Ninguna	La investigación no se refiere a algún actor en particular.

Cuadro 3. Categorías para la identificación de medios

Medio	Descripción
Televisión	Se considera la televisión como industria, como generadora de imaginarios, agendas y representaciones, como propiciadora de hábitos de consumo, como espacio de oferta y consumo cultural, como espacio de lucha política e ideológica y como forma de comunicación.
Video	Analiza al video como industria, lenguaje o generador de representaciones, o bien, el trabajo de titulación es un video, generalmente documental.
Cine	Analiza al cine como industria o como medio de comunicación generador de representaciones.
Computadora	Analiza procesos, productos comunicativos o representaciones y usos de la computadora o CD rom interactivos.
Internet	Analiza procesos o productos comunicativos en Internet, como industria cultural o como medio que propicia nuevas formas de comunicación y percepción.
Impresos	Investigación acerca de medios impresos (libros, revistas y carteles), como industria o como generadores de representaciones y significados.
Prensa	Se considera la prensa como industria, como generadora de imaginarios y agendas, como espacio de lucha política e ideológica y como forma de comunicación.
Radio	Investigación acerca de la radio como espacio de comunicación e interacción.
Varios	Estudia procesos de comunicación organizacional o institucional donde se emplean diferentes medios dentro de una estrategia comunicativa.
En general	Investigación acerca de los medios de comunicación en general y se refiere sobre todo a la televisión, cine, radio, prensa (incluyendo libros y revistas) e Internet.
Ninguno	La investigación no es acerca de algún medio de comunicación en particular.
Otros	Se refiere a otros espacios de comunicación estudiados, como la calle, el museo, los satélites o una combinación de televisión e Internet, o las teleconferencias.

señalados. Las tesis analizadas se clasificaron según se muestra en el cuadro 4, de acuerdo con la metodología empleada.

Para describir mejor las tesis, se hizo una subclasificación de las investigaciones empíricas según el instrumento empleado, por ser las que más abundan (véase el cuadro 5).

Los programas de Maestría en Comunicación en el ITESM, UIA y UNAM

A raíz de una reestructuración institucional realizada en 1994, el ITESM *campus* Monterrey abrió varias maestrías en Ciencias, con diferentes especialidades: en Computación (presencial y virtual), en Tecnología informática, en Comunicación y en Información y administración del conocimiento. La Maestría con especialidad en Comunicación ha tenido múltiples variaciones en su plan de estudios, pero siempre se han contemplado las siguientes líneas de especialización: Comunicación de masas, Comunicación internacional y Nuevas tecnologías. Dentro de estas líneas, los profesores realizan proyectos de investigación y especialización. En el periodo analizado, la maestría contaba con diez profesores de planta, siete de ellos con grado de doctor o en proceso de obtenerlo. Se define el egresado como: “Maestro en Comunicación con amplios conocimientos metodológicos y teóricos en las áreas más novedosas de la comunicación: nuevas tecnologías y comunicación internacional” (ITESM, 2000).

La Maestría en Comunicación de la UIA abrió en 1976 como respuesta a la demanda profesional, académica y de investigación registrada en México y Latinoamérica en este ámbito. Desde los primeros años de su funcionamiento consiguió reconocimiento nacional e internacional. En 1991 se integró al padrón de excelencia de CONACYT y en 1995 recibió el reconocimiento oficial de la SEP. La maestría se ha apoyado en la contribución de profesores mexicanos y extranjeros. Se define el perfil de los egresados como profesores investigadores especializados en comunicación, especialistas en las prácticas comunicativas y educativas, planificadores y profesionales capaces de realizar, de manera responsable y comprometida con el logro de la justicia social, las siguientes actividades:

Cuadro 4. Metodologías aplicadas en las tesis

Metodología	Descripción
Empírica	Incluye encuestas, entrevistas, entrevistas a profundidad, observación, observación participante, análisis de contenido (que puede abarcar medios impresos, es decir documental), de medios y de estrategias de comunicación. En algunos casos se presenta una estrategia o producto como resultado de la investigación.
Documental	Se refiere a investigaciones bibliohermerográficas, bibliográficas y documentales, no empíricas, cuyas fuentes de información son libros, publicaciones periódicas y otros documentos impresos y electrónicos.
Propuesta de intervención	Se refiere principalmente al diseño de estrategias o productos de comunicación, en el ámbito organizacional, institucional, masivo o educativo. Para ello, el autor puede haber realizado (aunque no en todos los casos), un diagnóstico previo, la realización y evaluación de la propuesta.
Investigación teórico–metodológica	Con base en una investigación documental, se construye un marco teórico–metodológico a partir del que realiza una investigación empírica o se propone un producto o estrategia de comunicación.

- a) Planear y administrar los programas de comunicación que requieran los proyectos de desarrollo.
- b) Analizar críticamente mensajes, así como el proceso comunicativo y el contexto sociocultural donde se insertan.
- c) Elaborar y coordinar la producción de mensajes.
- d) Coordinar y realizar con rigor y método actividades de investigación, generación y apropiación de conocimientos sobre comunicación.
- e) Difundir la cultura y la ciencia mediante el uso de los lenguajes y medios de comunicación.
- f) Impartir docencia especializada y coordinar programas educativos sobre la comunicación.
- g) Promover en los demás los valores de la Universidad Iberoamericana (UIA, 1993).

Cuadro 5. Instrumentos de investigación empleados

Instrumento	Descripción
Análisis de contenido	Analiza el contenido temático o programático de algún medio de comunicación, desde diferentes perspectivas (semántica, argumentativa, hermenéutica, sociológica, de género y de flujos de información, entre otras), utilizando diferentes técnicas (comparativa, cualitativa o cuantitativa).
Análisis de estrategias	Analiza el diseño y realización de estrategias o las relaciones entre actores, sus representaciones y mediaciones dentro de un proceso de comunicación, ya sea organizacional, institucional, educativo o político. Puede incluir entrevistas, encuestas y observación para completar la información.
Análisis del medio o del lenguaje	Analiza la forma del mensaje generada por la tecnología utilizada para su transmisión o el mensaje a partir del código empleado para generar cierto significado a través de un medio de comunicación.
Encuestas	Investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, a través de procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población. Se realiza por medio de cuestionarios que pueden ser aplicados por teléfono, por medio de Internet o en persona.
Entrevistas	Diálogo del investigador con personas clave que pueden informar acerca del tema. Este diálogo puede ser dirigido por medio de una guía o preguntas previamente establecidas (entrevistas estructuradas o semiestructuradas), o puede ser abierto (entrevistas a profundidad), por medio de ejes temáticos.
Combinados	Se emplean dos o más de los siguientes instrumentos para completar la información recabada: encuestas, entrevistas, observación y/o grupos focales.
Otros	Se refiere a otros tipos de análisis (institucional o socio-económico, por ejemplo), observación o grupos de discusión, sin combinar con otros instrumentos.

La Maestría en Comunicación de la UIA se define como “un espacio institucional educativo, de docencia, actualización profesional, investigación y difusión acerca de los temas, problemas y procesos fundamentales de la Comunicación” (UIA, 1993). Hasta 1999, las líneas de investigación propuestas eran: Comunicación y cultura; Comunicación y educación; Comunicación y política; Comunicación y nuevas tecnologías; Comunicación y derecho a la Información y Comunicación en las organizaciones.

De acuerdo con información de la coordinación de la maestría, 20% de los estudiantes es de nacionalidad extranjera, principalmente de América Latina, y otro 22% de fuera de la ciudad de México. 50% de los estudiantes cuenta con algún tipo de beca. La combinación de becarios foráneos ha favorecido el índice de titulación, por la necesidad de regresar a su ciudad y por los compromisos adquiridos. Cerca de 20% proviene de una carrera que no es Ciencias de la Comunicación (Relaciones Internacionales y Sociología, sobre todo).

Por su parte, la UNAM abrió su programa en 1979. Ocho años después se inició un proceso de reformulación del plan curricular, para fortalecer las condiciones generales del posgrado, atender las demandas de la sociedad e impulsar la vinculación entre la investigación y la docencia. Sin embargo, este cambio no se logró sino hasta 1990, gracias a una reorganización académica de los programas ofrecidos por la FCPyS,⁶ con el objetivo de “conjuntar los esfuerzos disciplinarios e institucionales para el mejor aprovechamiento de los recursos académicos y materiales y para potenciar las innovaciones necesarias tanto en el ámbito científico como operativo” (UNAM, <http://dgep.posgrado.unam.mx/progpros/pcps.html>). Se define al egresado de esta maestría como una persona especializada en estudios de comunicación capaz de:

- Definir y analizar problemas de comunicación, proponer esquemas interpretativos y explicativos diversos en torno a los principales fenómenos comunicacionales

6. Actualmente la FCPyS ofrece las maestrías en Estudios políticos y sociales, en Gobierno y asuntos públicos, en Comunicación y en Estudios en relaciones internacionales, además del Doctorado en Ciencias políticas y sociales con orientaciones en Ciencia política, Administración pública, Sociología, Relaciones internacionales y Ciencias de la comunicación.

y participar en grupos inter y multidisciplinarios en el desarrollo de proyectos de investigación y de políticas y estrategias de comunicación como un especialista en el tema.

- Transmitir en la enseñanza universitaria los fundamentos teóricos y metodológicos del área y, estará capacitado para continuar con estudios de doctorado.
- Desempeñarse en cargos de dirección y coordinación en organizaciones vinculadas con la comunicación así como en otros sectores, en tareas de investigación y planeación estratégica (UNAM, <http://www.posgrado.unam.mx/ppcpys/planest/com.html>).

Gracias a que esta maestría se imparte en conjunto con el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM y dentro del programa de posgrados de la FCPYS, se cuenta con más de 20 profesores–investigadores, muchos de ellos doctores con reconocimiento nacional. El programa curricular en 2000 presentaba tres áreas de conocimiento, con diferentes líneas de investigación (véase el cuadro 6).

En este caso, 96% de los estudiantes de la maestría de la UNAM es de nacionalidad mexicana; 88% proviene del Distrito Federal y sólo 33% cuenta con una beca para realizar sus estudios. Las edades se encuentran entre 23 y 44 años, con una mayor frecuencia alrededor de los 38 años. Son muy pocos los estudiantes de tiempo completo (Fortes Besprosvani, 2001: 15–16).

Resultados

Las tesis de maestría en el ITESM, UIA y UNAM: el universo analizado

El presente estudio analiza 126 tesis realizadas entre 1996 y 2000 en las maestrías en Comunicación que ofrecen el ITESM, la UIA y la UNAM. En el cuadro 7 se muestra la distribución de las tesis por año y por institución.

Cuadro 6.
Líneas de investigación en la Maestría
en Comunicación de la UNAM

Áreas de conocimiento	Líneas de investigación
Comunicación e innovaciones tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> Innovaciones tecnológicas y sociedad Innovaciones tecnológicas y educación Innovaciones tecnológicas y opinión pública Cultura digital
Comunicación política y opinión pública	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación, opinión pública y cultura política Economía política de la industria de la comunicación Comunicación política y propaganda Comunicación y democracia
Comunicación y cultura	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación y procesos educativos Estudios de audiencia, recepción e interpretación Estudios de género y comunicación Comunicación, arte y sociedad Comunicación y divulgación de la ciencia y la técnica Estudios sobre publicidad Estudios sobre periodismo

Fuente: UNAM, <http://sociolan.politicas.Unam.mx/estudios1.htm>

La universidad con un mayor número de titulados es el ITESM, con una tendencia a la alza. El promedio de tesis por universidad por año es de ocho. El ITESM y la UIA superan este promedio a partir de 1998, año en que el número de titulados fue más alto (28% del total).

Del conjunto analizado, 60% de los autores de las tesis son mujeres (74). En su mayoría, son trabajos individuales; sólo tres fueron elaboradas en equipo de dos personas, todas en la UIA. Una diferencia sustancial en las características es el número de páginas: mientras que en la UNAM el promedio es de 214 y en la UIA de 184, en el ITESM es de 105. Asimismo, el número de citas de las tesis varía de manera significativa por institución: una vez más destacan las tesis de

Cuadro 7.
Tesis por año e institución

Universidad	1996	1997	1998	1999	2000	Total
ITESM	5	8	9	11	11	44
UIA	4	6	13	9	10	42
UNAM	7	6	13	6	8	40
Total	16	20	35	26	29	126

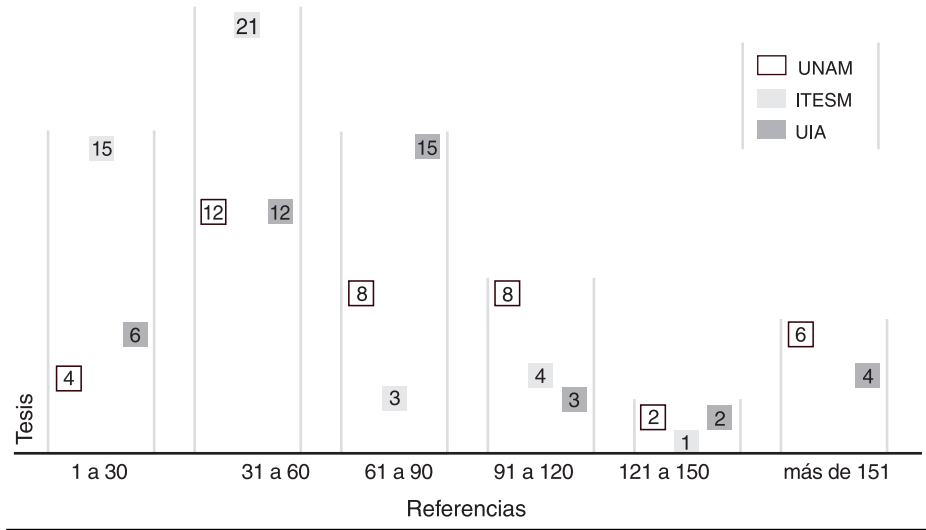
la UNAM por la cantidad de referencias a diversas fuentes de información (bibliográfica, hemerográfica, documental y electrónica), con un promedio de 92; en las del ITESM es de 44 y en las de la UIA de 76.

Tanto en la UNAM como en la UIA, tradicionalmente las tesis han sido consideradas un producto muy importante del proceso formativo en estudios de licenciatura y de posgrado. A diferencia de estas universidades, en el ITESM la tesis no es un requisito para titularse de los estudios de licenciatura. Muchos de los alumnos de las maestrías provienen de la misma institución donde estudiaron la licenciatura; es por ello que, además de la cultura institucional prevalente respecto al trabajo recepcional, los mismos alumnos no necesariamente han aprendido, según su experiencia previa, a hacer una tesis. Estos factores podrían explicar por qué 15 de las 44 tesis del ITESM presentan menos de 30 referencias, mientras que en las tesis de la UNAM son sólo cuatro y en la UIA seis. 16 tesis de la UNAM tienen más de 90 referencias, nueve en la UIA y sólo cinco en el ITESM (véase la gráfica 2).

Los asesores de las tesis

En total, 50 profesores asesoraron estas 126 tesis. La maestría de la UIA es la que presenta un mayor número de asesores (20) y la del ITESM, la que menos

Gráfica 2.
Clasificación de las tesis por el número de referencias

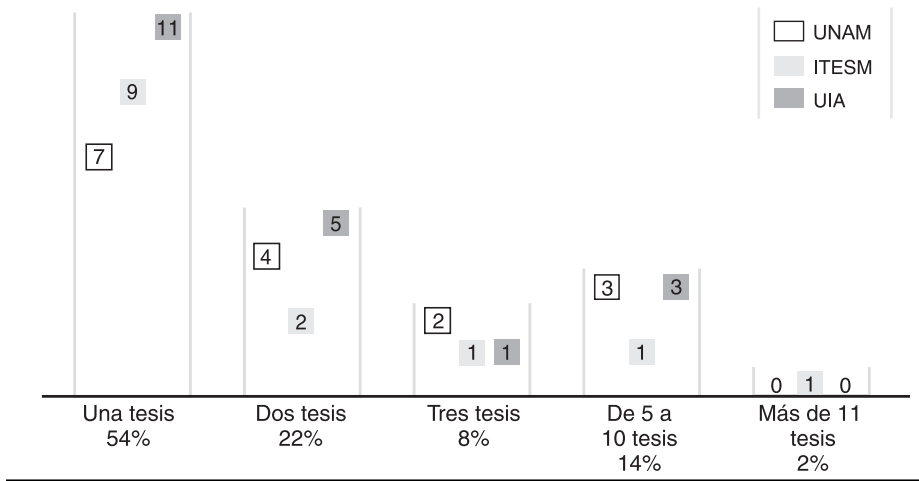


(14, de entre los cuales dos asesoraron 28 tesis). El promedio de tesis por asesor en la UNAM es de 2.18, en la UIA es de 2.10 y, en el ITESM es de 3.14.

Los asesores son un factor importante que interviene en la reproducción del campo académico, en cuanto a que orientan, contribuyen y dan seguimiento al proceso de formación de los nuevos agentes. Son profesores de planta o de asignatura (que pueden no estar adscritos al departamento), por lo menos con grado de maestría. De acuerdo con el perfil del egresado y los objetivos de estas tres universidades, se requieren profesores investigadores que impulsen esta labor y formen nuevos agentes. Pero no todos realizan investigación: algunos se dedican únicamente a la docencia, otros trabajan fuera del ámbito académico y otros más son funcionarios de la universidad.

El trabajo como investigador supone la difusión de los avances, hallazgos y reflexiones, ya sea en revistas especializadas de comunicación, anuarios o publicaciones de congresos, nacionales e internacionales. Conocer los temas de interés de los asesores y las investigaciones que han realizado, puede ayudar a

Gráfica 3.
Número de tesis por asesor



comprender cómo se ha dado la reproducción del campo en cuanto a la relación entre los temas estudiados en las tesis y las publicaciones de los asesores. Para analizar este aspecto, se obtuvo un listado de los textos publicados por los asesores de las tres universidades entre 1995 y 2001, a partir de la base de información sobre la producción científica mexicana en el campo académico, producto del proyecto *La investigación académica de la comunicación en México, 1950–2000*, realizado por Raúl Fuentes Navarro (2003b). En dicho listado, se encontraron publicaciones de 26 asesores de las tesis analizadas: diez de la UNAM, 12 de la UIA y cuatro del ITESM.

La universidad cuyos asesores produjeron una mayor cantidad de publicaciones en estos seis años fue la UIA (130), en su mayoría de Guillermo Orozco, Javier Esteinou, Claudia Benassini Félix y Carmen Gómez Mont. Los asesores de la UNAM publicaron 53 textos, de entre los cuales 30 son de Delia Crovi. En el ITESM, José Carlos Lozano es el autor de 14 de los 17 textos publicados por asesores de esta universidad (véase el cuadro 8). 59% de las publicaciones es producto de investigaciones empíricas; ocho en relación con la Cátedra Televisa

y los estudios sobre periodismo realizados en coordinación con la Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación (ALAIC). Los textos están relacionados con las líneas de investigación sobre las que se estructuran los planes curriculares de las maestrías analizadas. La oferta de determinadas líneas de investigación pretende garantizar:

- Un espacio académico institucionalizado y recursos para que los profesores realicen actividades de especialización e investigación.
- Cierta continuidad temática y de enfoques que permita la consolidación de conocimiento en torno a un objeto de estudio dado.

A partir del análisis de este listado de publicaciones, se podría decir que donde se ha logrado este propósito ha sido en la UIA y luego en el ITESM. Tanto los textos publicados por los asesores como un 90% de las tesis pueden ubicarse con claridad dentro de alguna de las líneas.

De los 200 textos publicados por los asesores de las tres universidades, 20% se relaciona con investigaciones empíricas, la mayoría de ellas proveniente del ITESM. Aunque este porcentaje no es tan alto, sí es significativo, sobre todo si se considera que estas requieren más tiempo y recursos para realizarse, en comparación con los ensayos u otro tipo de textos. Además, muchas de las publicaciones, aunque no mencionan datos empíricos, se basan en el conocimiento del autor obtenido a partir de las investigaciones realizadas.

El hecho de que los profesores publiquen y realicen investigaciones, permite suponer que están contribuyendo en el proceso de formación de nuevos agentes al impulsar, desde el aula o en asesorías, el desarrollo de competencias para la investigación, ya sea empírica o documental.

En la UIA, 24 de 30 tesis cuyos asesores han publicado algo en este periodo, pueden identificarse como parte de los temas que estos manejan; dos de estas publicaciones son en coautoría con alumnos. Las investigaciones del ITESM que se generan en relación con la Cátedra Televisa y ALAIC han contribuido a que los alumnos realicen su tesis aprovechando el tema, los recursos, la información y el apoyo de un asesor. Además, la mayoría (18 de 20 cuyo asesor tiene publicacio-

nes) está trabajada en la misma línea que maneja el asesor. Cinco de los trabajos fueron publicados por José Carlos Lozano en coautoría con alumnos.

Tres cuartas partes de las tesis de la UNAM cuyo asesor publicó algo en ese periodo, tienen alguna relación con los temas de este. En el listado de textos publicados por asesores de esta universidad, entre 1996 y 2001, no se encuentran investigaciones que fueran producto de las tesis realizadas. Tal parecería que los tesistas trabajan por su cuenta, quizá dentro de las líneas que ofrece la institución, pero sin más apoyo que las asesorías. Puesto que no existe continuidad, seguramente muchas de las investigaciones terminan siendo esfuerzos individuales, sin mayor trascendencia ni difusión, lo cual lleva a un trabajo de investigación personal y no de carácter institucional ni sistemático.

Los temas estudiados en las tesis

Existe cierta diferencia temática entre las tesis de las tres universidades, debido a diferentes aspectos como la especialidad de la maestría, el perfil del egresado, la tradición institucional en ciertos temas y el número de asesores con que cuenta el programa, así como a las líneas de investigación que ofrece y la oferta de posibles trabajos colectivos realizados en colaboración con investigadores de la universidad.

Los principales temas abordados en las tesis son Comunicación educativa e Industrias culturales, que suman 42%, seguidos por Estudios de recepción, Tecnologías de información y Comunicación y política, según puede verse en la gráfica 4.

De acuerdo con Karla Ramírez y Ramírez, 64.7% de los artículos de difusión publicados en las revistas académicas *Estudios sobre Culturas Contemporáneas*, *Comunicación y Sociedad* y *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, se refiere a temas sobre o en relación directa con los medios masivos

lo cual corrobora la observación hecha en 1992 por E. Sánchez Ruiz: lo que más ha captado la atención de los estudiosos (de la comunicación) ha sido el dominio de los medios de difusión masiva, sus orígenes, los determinantes

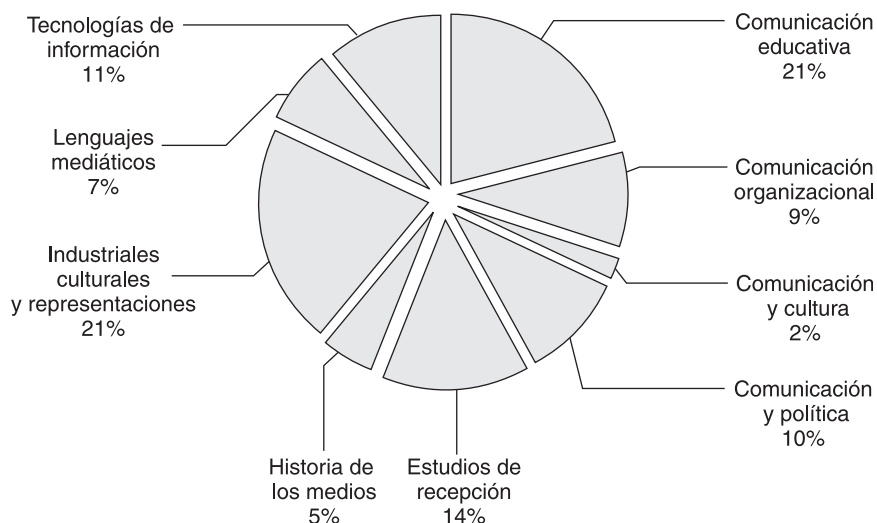
Cuadro 8.
Asesores por universidad con mayor número de publicaciones
y de tesis asesoradas entre 1996 y 2000

Asesor Unam	T	TP	Asesor ITESM	T	TP	Asesor UIA*	T	TP
Delia Covi Druetta	6	30	José Carlos Lozano Rendón	18	14	Javier Esteinou Madrid	8	34
Ana Goutman Bender	5	3	Rafael López Islas	10		Alejandro Acuña Limón	3	3
Florence Toussaint	5	7	Kenton T. Wilkinson	3		Ma. Antonieta Rebeil Corella	5	6
Carola García Calderón	3	3	Juan M. Rodríguez Garza	2		Abraham Nosnik Ostrowiak	2	3
Silvia Molina y Vedia	3	2	Martha Patricia Verdines	2		Guillermo Orozco Gómez	2	25
Susana González Reyna	2	2	Otros	9	3	Claudia Benassini Félix	2	21
Rafael Reséndiz Rodríguez	2	2				Carmen Gómez Mont Araiza	1	20
Otros	14	4				Otros	19	18
Total	40	53		44	17		42	130
Promedio tesis por asesor	2.18		3.14			2.10		

T: Tesis TP: Textos publicados

* Se consideraron únicamente los textos publicados por los asesores mientras laboraron en la UIA (Guillermo Orozco salió en 1997 y Javier Esteinou, en 2000).

Gráfica 4
Temas estudiados en las tesis



de su operación social, sus relaciones con el poder, la composición de sus discursos, sus consecuencias e influencias sociales, etc. (2003: 105).

El prevaleciente interés por los medios de comunicación entre los investigadores ha generado, por un lado, un mayor número de publicaciones alrededor de ellos y, por otro, profesores especializados en estos. No es de sorprender que en las tesis de maestría se reproduzcan estas mismas tendencias temáticas, cuando los profesores y los textos disponibles tratan acerca de los medios, aunque también se encuentran otros temas, que se refieren a procesos de comunicación en la educación o en las organizaciones y en relación con la política. A diferencia de las otras universidades, la mitad de las tesis de la UIA se refiere a los primeros dos citados.

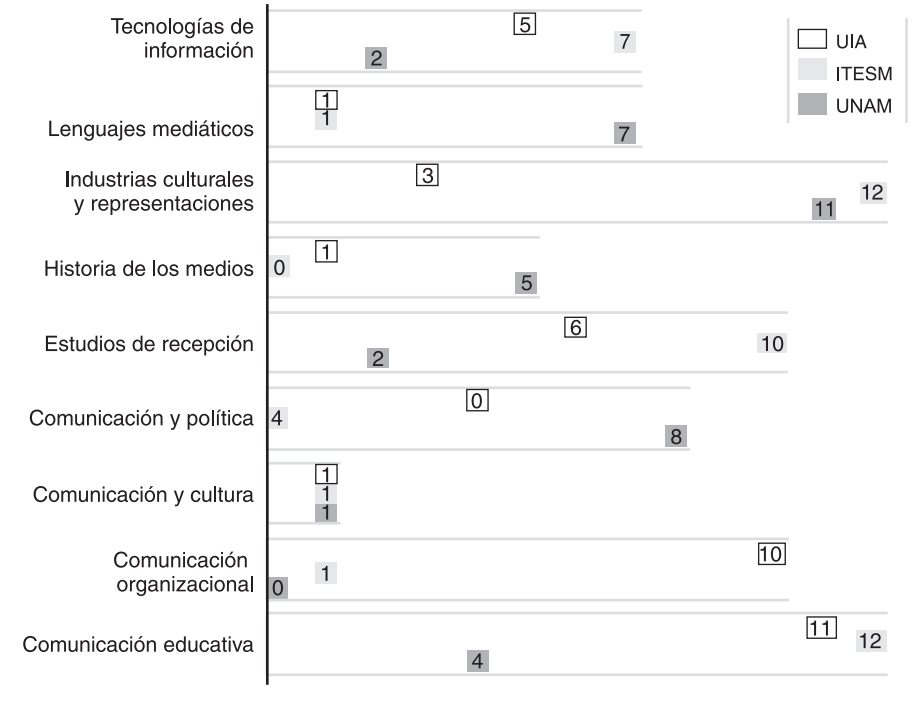
Se puede observar en las tesis de la UNAM la tradición de esta universidad en investigación, en su mayoría documental y de análisis de mensajes (con énfasis en el lenguaje), sobre comunicación política y sobre los medios, en especial la

prensa. Mientras que la maestría del ITESM, relativamente nueva, se ha especializado en investigaciones empíricas de análisis de medios y estudios de recepción, así como en aquellas sobre aspectos educativos y procesos de comunicación con nuevas tecnologías; aunque la Comunicación educativa no es una línea de investigación en esta maestría, muchos de sus estudiantes son profesores de licenciatura, por lo que el tema de la educación es algo cercano. Existe una mayor coincidencia entre los temas estudiados en el ITESM y en la UIA, quizá por esta misma razón, con la diferencia en que un número significativo de tesis de la UIA es sobre Comunicación organizacional, tema que en las otras universidades casi no se aborda. Esto tiene que ver con la especialidad de esta maestría y el perfil del egresado, definido como “profesor investigador, especialista en prácticas comunicativas y educativas o *planificador y profesional de la comunicación*” (UIA, 1993). Puede verse en la gráfica 5 la clasificación de temas por universidad.

Aunque existe cierta diversidad temática entre las universidades, no se da una gran dispersión entre las tesis de maestría. Esto seguramente se debe a que son producto de una formación especializada en comunicación, lo cual implica haber cursado materias sobre el campo, haber leído autores del campo y haber orientado sus proyectos de investigación hacia las líneas propuestas por cada programa.

Debido a que el periodo analizado es de cinco años, no es visible algún cambio significativo en las tendencias. En general, la concentración temática coincide con las tres grandes tendencias que identifica Guillermo Orozco (1997), manifiestas en los congresos, libros y publicaciones académicas internacionales en la década de los noventa: la investigación de los efectos de los medios, la audiencia como sujeto de investigación y la investigación del contenido y las formas de los referentes mediáticos. Estas tres pervaden distintas líneas específicas de investigación y, en conjunto, muestran en el ámbito internacional un énfasis en la realización de estudios más empíricos que teóricos, características que también se perciben en las tesis de maestría de las tres universidades.

Gráfica 5.
Temas estudiados en las tesis, por universidad



Relación entre las líneas institucionales y los temas de las tesis

Es importante señalar que, debido a que las líneas de investigación propuestas por las instituciones pueden abarcar diferentes aspectos de la comunicación, en algunos casos la clasificación hecha por la universidad se centra más en algún aspecto que en otro y es por ello que no coincide con la realizada en este estudio. Por la complejidad y ambigüedad del objeto de estudio de las tesis, no es extraño que un mismo producto pueda ubicarse en varias líneas. Esto depende de distintos factores, como el tratamiento del tema, el asesor de la tesis y su adscripción a determinada línea de investigación, entre otros.

En el caso del ITESM, se da una concentración temática mayor que en las otras dos universidades, debido a que existen algunas investigaciones a las que se han adscrito los profesores y han logrado convocar a los alumnos a trabajar en ellas. Además, este posgrado cuenta con un menor número de asesores y por ende, de temas de interés. Los temas más abordados en el ITESM son: Comunicación educativa, Industrias culturales y representaciones y Estudios de recepción.

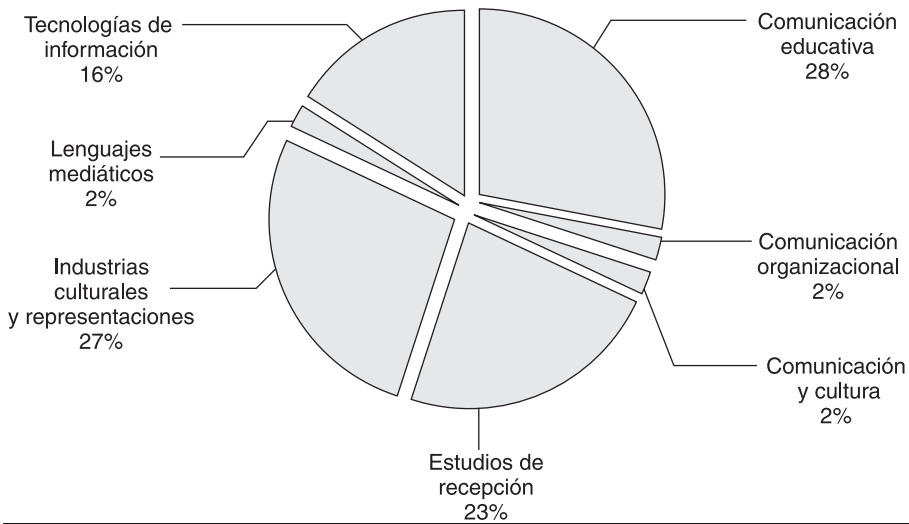
De las cuatro líneas de investigación propuestas para la Maestría en Ciencias con especialidad en Comunicación que se imparte en el ITESM, la que cuenta con mayor número de tesis (24) es Comunicación de masas, en donde se pueden encontrar investigaciones sobre las Industrias culturales y representaciones y Estudios de recepción. La segunda línea (12) es la de Nuevas tecnologías, seis de las cuales se refieren a investigaciones acerca de Educación y Tecnologías de información (que entran en el tema de la Comunicación educativa). La línea de Producción de cine y video documental, por el perfil de trabajo, no suele producir tesis: los alumnos se titulan con el diseño y realización de algún producto audiovisual; de los trabajos analizados, cuatro entran en esta línea, tres se refieren a la línea de Comunicación internacional y sólo uno, enfocado a la Comunicación organizacional, estaría fuera de las líneas propuestas por la institución.

En suma, puede decirse que la tendencia de las tesis del ITESM a investigar acerca de la oferta y consumo cultural y sobre los procesos de comunicación con tecnología, responde al perfil del egresado⁷ y a los proyectos de investigación, coordinados por José Carlos Lozano Rendón, realizados junto con la ALAIC y con la Cátedra Televisa.

La clasificación de las tesis dentro de las líneas de investigación de la Maestría en Comunicación de la UIA se hizo de acuerdo con el contenido de las tesis.⁸ En general, se podría decir que no existe una línea que prevalezca sobre las demás: Comunicación y nuevas tecnologías (diez), Comunicación y cultura

7. Se define al egresado como “Maestro en Comunicación con amplios conocimientos metodológicos y teóricos en las áreas más novedosas de la comunicación: nuevas tecnologías y comunicación internacional” (ITESM, 2000). Aunque esta descripción aparenta tender a la formación de profesionales, también se refiere a la formación de docentes, no de investigadores.
8. El programa de la Universidad Iberoamericana ofrecía seis líneas de investigación entre 1994 y 1999: Comunicación y cultura, Comunicación y educación, Comunicación y política,

Gráfica 6.
Temas de las tesis del ITESM



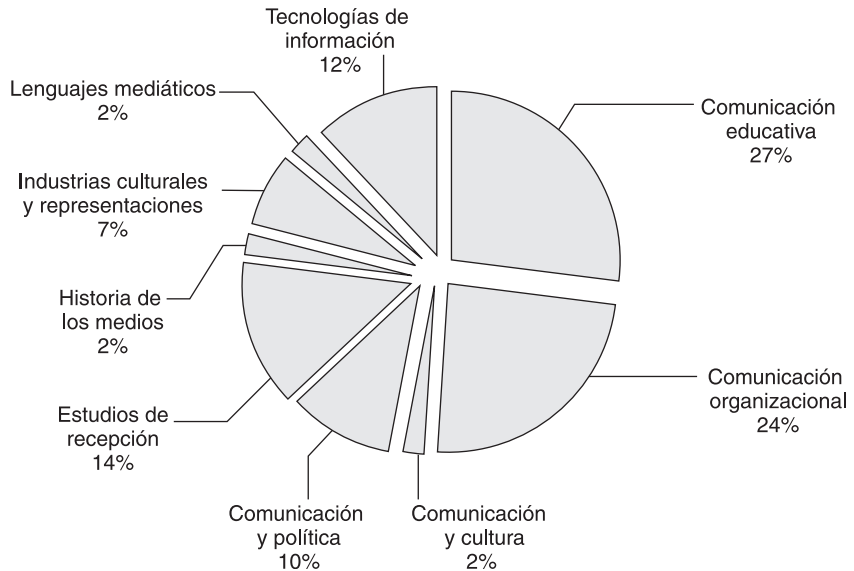
(nueve), Comunicación y educación (nueve) y Comunicación organizacional (nueve) tienen casi el mismo número de trabajos; el resto de las tesis analizadas se inserta en Comunicación y política (tres) y Comunicación y derecho a la información (que cuenta sólo con dos), pero en la clasificación de este análisis sí existe una mayor concentración en dos temas: Comunicación organizacional y Comunicación educativa (suman 51% de los temas de tesis), según se muestra en la gráfica 7.

Por último, el posgrado en Comunicación de la FCPyS presenta una oferta de 15 líneas de investigación dentro de tres áreas de conocimiento (véase el cuadro 9).

Como se puede observar, las líneas de investigación con más tesis son Estudios sobre periodismo y Comunicación, arte y sociedad. Las que no cuentan con ninguna son: Innovaciones tecnológicas y opinión pública y Cultura digital. En cuanto a los temas definidos en este estudio, Industrias culturales y representaciones, Comunicación y política y Lenguajes mediáticos, son los que más tesis tienen (véase en la gráfica 8).

Comunicación y nuevas tecnologías, Comunicación y derecho a la información (la línea más nueva y con menos tradición) y Comunicación en las organizaciones.

Gráfica 7.
Temas de las tesis de la UIA



Las tendencias temáticas están relacionadas con la orientación de la maestría, que tradicionalmente ha estado enfocada a la investigación sobre comunicación política, prensa y medios (historia y análisis de mensajes). Aunque entre las características del perfil del egresado se contemplan prácticas profesionales de dirección, coordinación y planeación en organizaciones vinculadas con la comunicación, el principal objetivo es formar académicos e investigadores de alto nivel; es por ello que no se encuentran tesis sobre Comunicación organizacional. Quizá el tema de las Innovaciones tecnológicas no sea recurrente debido a que los estudiantes y profesores no están inmersos en procesos comunicativos que involucren tecnologías de información. Otro tema poco tratado es el de Estudios de recepción, tal vez debido a la tradición institucional centrada en investigaciones documentales, más que empíricas.

Cuadro 9.
Tesis por línea de investigación en la UNAM

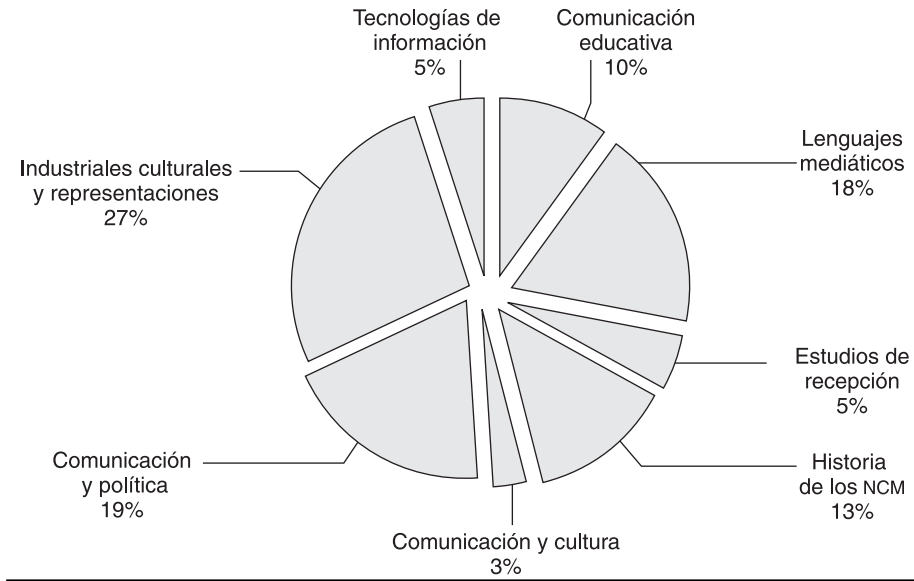
Áreas de conocimiento	Líneas de investigación	Cantidad
Comunicación e innovaciones tecnológicas	Innovaciones tecnológicas y sociedad	1
	Innovaciones tecnológicas y educación	2
Comunicación política y opinión pública	Comunicación, opinión pública y cultura política	1
	Economía política de la industria de la comunicación	4
	Comunicación política y propaganda	3
	Comunicación y democracia	1
Comunicación y cultura	Comunicación y procesos educativos	2
	Estudios de audiencia, recepción e interpretación	3
	Estudios de género y comunicación	1
	Comunicación, arte y sociedad	9
	Comunicación y divulgación de la ciencia y la técnica	1
	Estudios sobre publicidad	1
	Estudios sobre periodismo	11

Las fases de la comunicación estudiadas por las tesis

En la gráfica 9 se puede observar que una cuarta parte de las tesis aborda la fase de la circulación de mensajes, sobre todo por medio del análisis de contenido y de la oferta cultural en los medios masivos de comunicación. Otra cuarta parte investiga acerca de la fase de consumo de los mensajes, por medio de estudios de recepción. Les sigue la fase de producción (19%) y el 31% restante se refiere al proceso (15%) y a los ámbitos del campo de la comunicación (16%).

Mientras que los estudios de recepción y de consumo cultural son frecuentes para el ITESM (37%) y la UIA (28%), sólo 8% de las tesis de la UNAM investiga sobre ese tema. En esta universidad se da una mayor concentración (dos terceras partes) en las fases de producción (en especial investigaciones sobre el go-

Gráfica 8.
Temas de las tesis de la UNAM

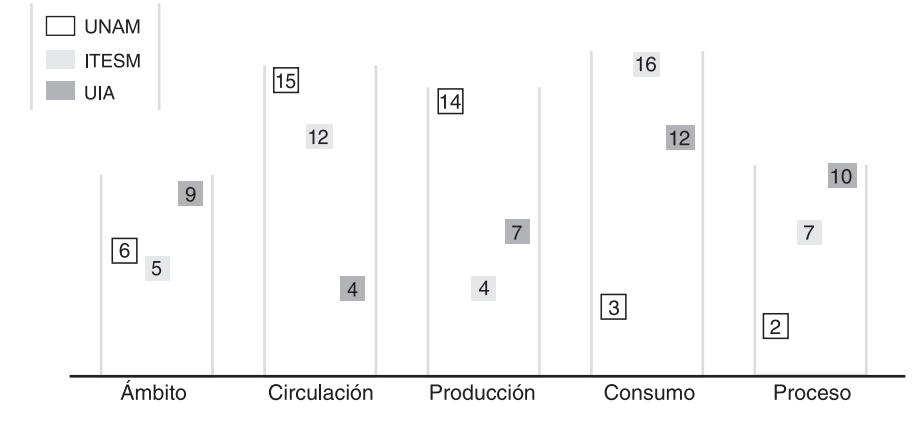


bierno o la prensa) y circulación, por medio de análisis de contenido o del lenguaje. La UIA es la única universidad que cuenta con investigaciones acerca del campo académico de la comunicación (14%), también se da una gran concentración de investigaciones en esta universidad se da en el análisis de los procesos en su conjunto (24%), sobre todo por medio de diagnósticos de comunicación organizacional (véase el cuadro 10).

Los actores estudiados en las tesis

Según puede verse en la gráfica 10, los actores más estudiados en las tres universidades son los receptores y las industrias culturales. La UIA y el ITESM son las que cuentan con más tesis sobre estos, mientras que las de la UNAM se concentran en las industrias culturales y los emisores. Sólo en la UIA se investi-

Gráfica 9.
Aspectos de la comunicación analizados



ga sobre los académicos de la comunicación y las organizaciones como productoras de mensajes.

Existe una estrecha relación entre el tipo de investigaciones y los actores estudiados. La mayoría emplea métodos empíricos para realizar los estudios de recepción, los análisis de medios y mensajes, y los diagnósticos de comunicación organizacional. La UNAM presenta un porcentaje mayor de investigaciones documentales que las otras dos universidades, debido a los estudios sobre historia de los medios y análisis de los emisores y de los procesos de producción de mensajes.

Los medios de comunicación estudiados

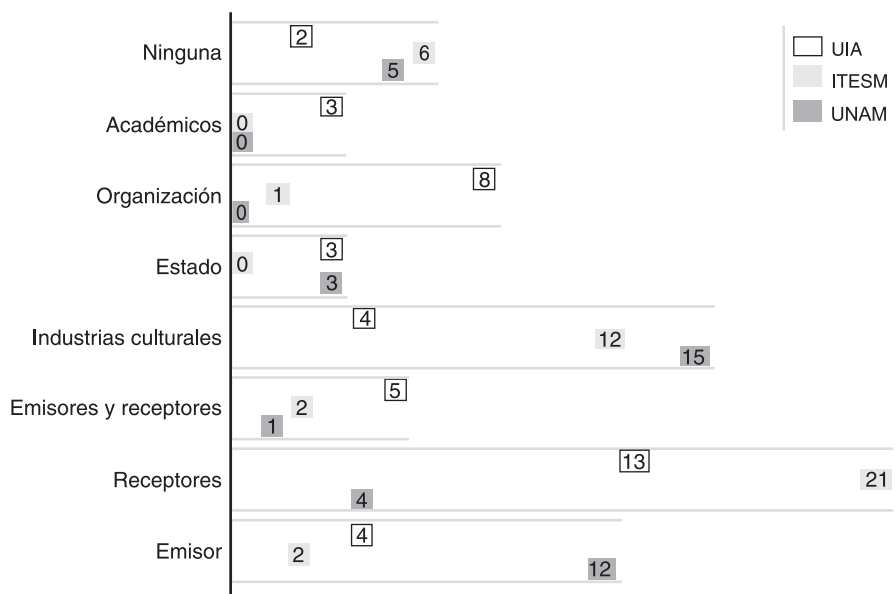
En la gráfica 11 puede observarse que los medios más estudiados por las tesis en las tres universidades son la televisión, la prensa e Internet. La radio sigue siendo un medio olvidado o de poco interés para los investigadores (sólo hay cuatro tesis al respecto). La televisión, en cambio, ha fascinado tanto a las audiencias como a los investigadores, por su gran potencial para la construc-

Cuadro 10.
Aspectos de estudio de las tesis

Aspectos	Objetos de estudio	UNAM	ITESM	UIA	Total de tesis
Circulación	Mensaje	13	7	4	24
	Circulación	2	2		4
	Oferta		3		3
Consumo	Recepción	2	11	5	18
	Consumo		5	5	10
	Identidad	1		2	3
Producción	Institución	7	2	4	13
	Producción	3	1	3	7
	Emisor	4	1		5
Proceso	Proceso	2	2	9	13
	Generación de un producto		5	1	6
Ámbito	Ámbito tecnológico	3	5	1	9
	Ámbito académico			6	6
	Ámbito político	3		2	5

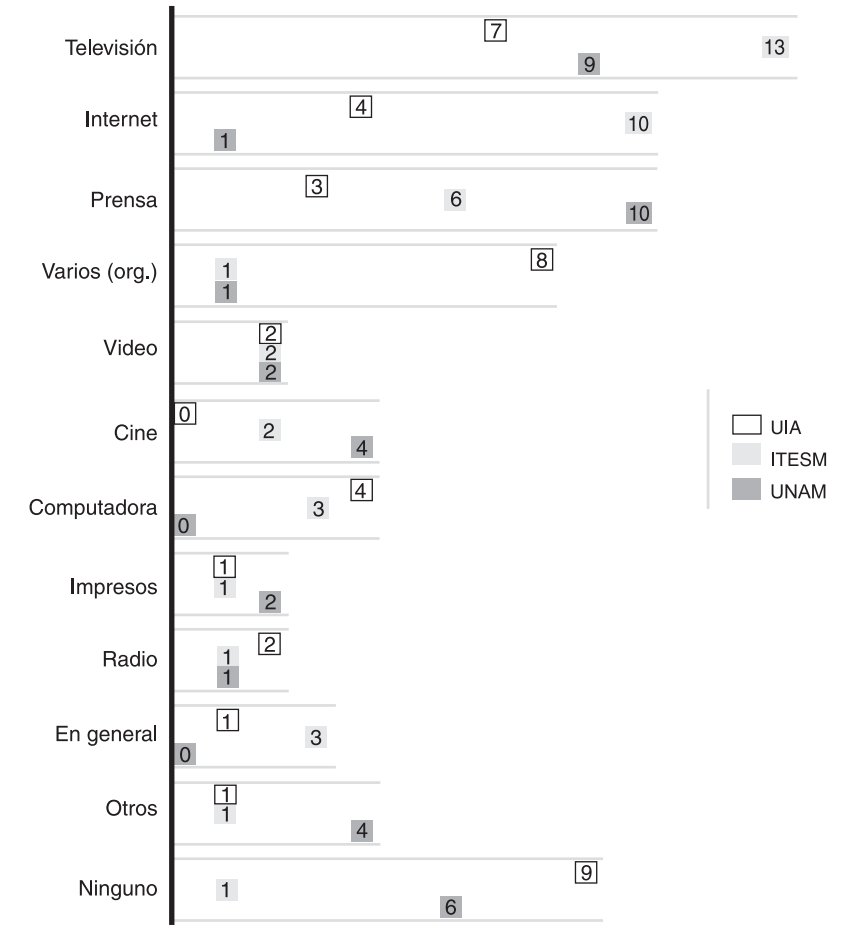
ción social de sentido; estas investigaciones en las tesis suelen ser acerca de la circulación (a través del análisis de la oferta programática o de contenido) y del consumo de los mensajes (a través de estudios de recepción). La prensa es el segundo más estudiado, en especial por el ITESM y la UNAM; en esta, por su tradición en investigaciones sobre este medio como un agente clave en la producción y circulación de mensajes, y en su relación con el estado. En el ITESM, gracias al trabajo de investigación colectiva en la que participan los profesores de esta universidad, con el Grupo de Trabajo de Estudios de Periodismo de la ALAIC, a la cual se adscribieron varios estudiantes de la maestría.

Gráfica 10.
Actores estudiados en las tesis, por universidad



Mientras que en las tesis de la UNAM, la televisión y la prensa siguen siendo los medios favoritos, en las del ITESM, aunque aún prevalecen los estudios sobre televisión, empiezan a cobrar importancia las investigaciones sobre tecnologías de información (Internet y computadoras). Las investigaciones sobre Internet requieren por parte del investigador un conocimiento previo o cierta familiaridad con esta tecnología, así como ciertas inquietudes que surgen a partir de su uso; este es un factor determinante en la elección del medio a analizar por parte de los estudiantes y profesores de las maestrías. El ITESM ha creado su propia imagen institucional en torno a la “educación en relación con la innovación tecnológica”, donde muchos de los procesos educativos involucran estas tecnologías de información (educación a distancia, cursos con apoyo en las herramientas informáticas y líneas de investigación y especialización sobre el tema).

Gráfica 11.
Medios de comunicación estudiados, por universidad



De nuevo destacan las tesis de la UIA por su tendencia hacia investigaciones sobre la comunicación organizacional o estudios sobre otros temas del campo que no se refieren a algún medio, lo cual ocurre con una sola tesis del ITESM. En total, 13% de las tesis no habla sobre los medios, esto es interesante, en especial cuando la tradición se había centrado en estos estudios, en el llamado mediacentrismo.

Los métodos de investigación empleados en las tesis

Asimismo, resulta interesante que las tesis en las tres universidades se basan en métodos empíricos, cuando tradicionalmente las investigaciones sobre comunicación habían sido documentales o ensayos, debido a la falta de recursos para desarrollar proyectos y a la deficiente formación en habilidades prácticas y teórico–metodológicas para ello. Pero, a su vez, esto no es de extrañar, puesto que se aprende a investigar investigando, y el mejor espacio para hacerlo es en un programa de posgrado.

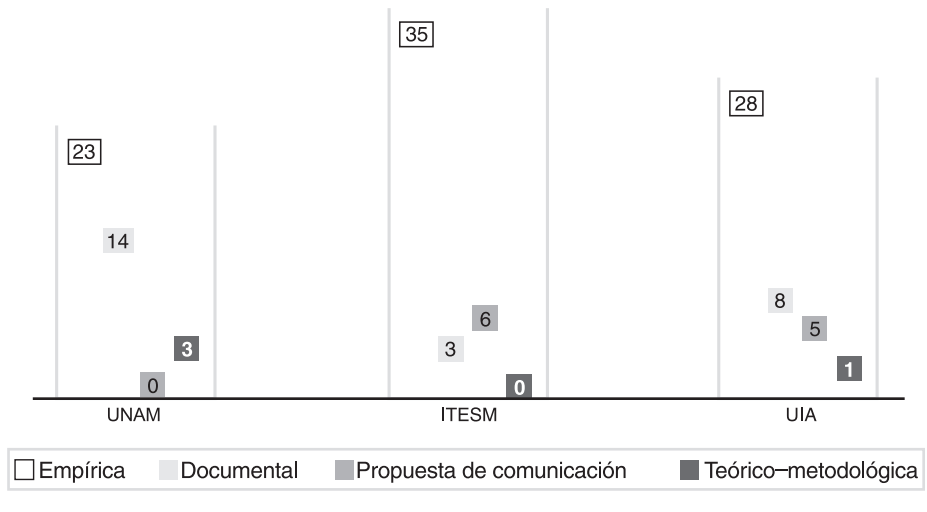
14% de las tesis del ITESM y 12% de la UIA hacen una propuesta de comunicación, es decir, generan algún producto comunicativo. La universidad con un mayor porcentaje de investigaciones empíricas es el ITESM (79%), seguido por la UIA (67%) y por último la UNAM (57%) (véase gráfica 12).

Se puede hablar de una correlación entre el tipo de investigación y la cantidad de referencias, puesto que los trabajos documentales presentan un mayor número de fuentes citadas. Debido a que un alto porcentaje de las tesis del ITESM realiza investigaciones empíricas o hace una propuesta de comunicación, es decir, genera un producto comunicativo, el promedio de referencias es mucho menor que en las otras dos universidades. Mientras tanto, las tesis de la UNAM presentan el promedio más alto de referencias y el mayor porcentaje de investigaciones documentales (35%). Otra vez se debe recordar la tradición en investigación de la UNAM contra la reciente apertura de la maestría del ITESM, así como el número de asesores por universidad (a mayor cantidad de asesores, mayor distribución de las tesis entre ellos y, en teoría, una mayor disponibilidad de tiempo para el seguimiento de los asesorados). Este dato se relaciona también con el promedio de páginas por tesis: aunque no es un requisito ni una norma, las investigaciones que cuentan con más fuentes de información suelen ser más abundantes en número de páginas.

Esto no quiere decir que el número de referencias o el número de páginas indique algo con respecto a la calidad de las investigaciones, es sólo una característica cuantitativa que distingue las tesis de una universidad a otra.

En cuanto a los instrumentos, como se observa en la gráfica 13, el análisis de contenido es el más empleado en las investigaciones empíricas de las tesis

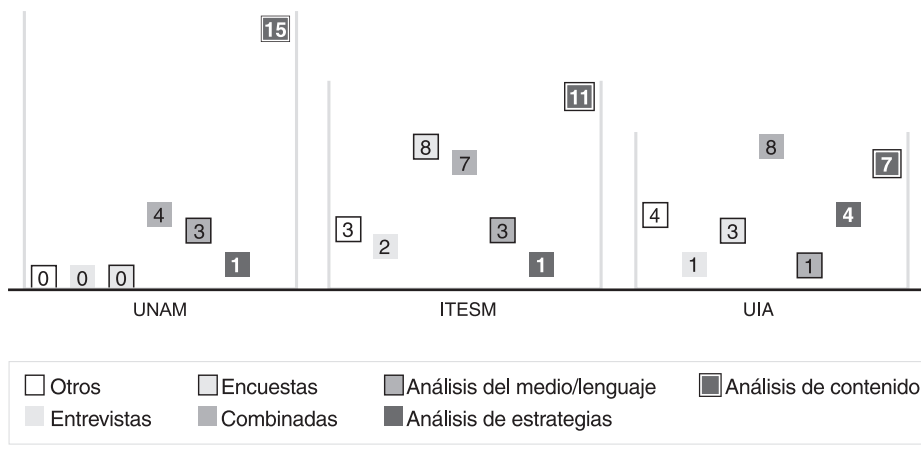
Gráfica 12.
Métodos de investigación de las tesis, por universidad



(39% de estas). El predominio de esta herramienta tiene que ver, entre otros factores, con el hecho de que no se requieren tantos recursos como en los estudios etnográficos o en las encuestas. Además, los mensajes tienen ciertos rasgos objetivos, lo cual permite un acercamiento menos complejo que cuando se trata de actores e interpretaciones subjetivas. “Los mensajes se pueden describir objetivamente, trasladar físicamente de un contexto a otro o reproducirse; tienen una existencia real, objetiva e independiente de alguien que los reciba” (Krippendorff, citado en Fuentes Navarro, 1998: 252). Esto, junto con su capacidad para persuadir, informar, educar o estimular, gracias a sus propiedades objetivas y a que la exposición a los mensajes de los medios masivos crea comunidad entre los miembros de la audiencia, es la razón por la cual el análisis de contenido ha sido considerado como uno de los métodos de investigación propios de la disciplina de la comunicación.

22% de las investigaciones empíricas utiliza una combinación de instrumentos (encuestas, entrevistas, observación y/o grupos focales). El utilizar diferentes instrumentos para recabar información se ha considerado como un

Gráfica 13.
Instrumentos empleados en las investigaciones empíricas



método indispensable para las ciencias sociales y es uno de los indicadores más significativo de las tendencias hacia la interdisciplinariedad de los estudios sobre la comunicación. Otro instrumento empleado con frecuencia son las encuestas (excepto por las tesis de la UNAM), en especial en los estudios de recepción o como parte del diagnóstico para el diseño y desarrollo de estrategias de comunicación.

Conclusiones

De acuerdo con el objetivo de esta investigación, la descripción de las tesis de maestría pretende identificar las tendencias de la reproducción del campo de la comunicación en dos sentidos:

- Describir el tipo de agentes que se están formando: si se da mayor énfasis a la formación de docentes, de profesionales especializados o de investigadores.

- Describir las tendencias de esta reproducción del campo en cuanto a los temas, actores, medios y fases de la comunicación estudiados, y las metodologías empleadas en las investigaciones de las tesis de Maestría en Comunicación.

Existen diferencias sustanciales entre los programas de maestría de las tres universidades reflejadas en los trabajos recepcionales de investigación, primero en las características físicas (páginas y referencias), luego, en cuanto al contenido y aspectos teórico–metodológicos, donde más que dispersión, se da un alto grado de diversidad. Es decir, aunque las tesis abordan múltiples temas y objetos de estudio, desde distintos enfoques, es posible identificar ciertas tendencias temáticas, de objetos de estudio y de metodologías empleadas.

Las diferencias entre los programas de maestría y la diversidad teórico–metodológica de las tesis son reflejo de las dificultades epistemológicas del campo para definir su objeto de estudio y construir modelos propios de la disciplina de la comunicación.⁹ Sin embargo, se pueden encontrar ciertos consensos construidos dentro de las universidades y concretados en las líneas de investigación de las maestrías, en cuanto a la definición de un objeto de estudio específico y una mirada que distingue las ciencias de la comunicación de otras disciplinas sociales. Las diferencias entre las tesis de las tres universidades responden, en este sentido, al perfil de cada maestría, las líneas de investigación propuestas y los profesores que laboran en cada programa.

Existe una gran diferencia entre las tesis del ITESM y las de la UNAM, donde suelen ser más teóricas y analizan situaciones macro socioculturales y políticas, en las que prevalece la formación de investigadores. La UIA presenta una tendencia más equitativa hacia la formación de profesores especializados en comunicación y en prácticas educativas, así como de planificadores y profesionales de este campo. Esto se puede observar en que la mitad de las tesis son estudios de caso o propuestas de productos o procesos de comunicación en

9. De acuerdo con diferentes autores, las principales dificultades epistemológicas del campo de la comunicación son: la movilidad, complejidad e indefinición del objeto de estudio; la carencia de modelos teórico–metodológicos propios de la disciplina de la comunicación, y la dificultad para conciliar la subjetividad dentro del trabajo científico.

un espacio y tiempo específicos (sobre todo educativos u organizacionales), que tal vez tengan o pretendan tener aplicación práctica (las investigaciones en ámbitos educativos suelen referirse al espacio laboral del tesista). Las tesis de esta universidad se encuentran siempre entre el promedio de las otras dos, tanto en aspectos de forma como de contenido.

Independientemente del perfil del egresado propuesto por la maestría, existe una mayor tendencia a la formación de docentes y de especialistas en comunicación, que de investigadores. Sólo algunos egresados continúan su formación como investigadores en estudios de doctorado. Pero esto no es de sorprender, en especial por las condiciones económicas del país, la escasa oferta laboral en las universidades y las dificultades institucionales para la realización de investigaciones sobre comunicación.

Es notable la preponderancia de las investigaciones empíricas acerca de los medios de comunicación masiva, en su mayoría sobre televisión y prensa, y un creciente interés en los estudios sobre tecnologías de información (Internet y computadora). Tal como se han venido perfilando los estudios en los últimos años, los trabajos sobre radio y medios impresos, como revistas o libros, son realmente escasos. El hecho de que exista un porcentaje significativo de tesis que no analizan algún medio, tiene que ver con un objeto de estudio que no se limita de manera exclusiva a los medios de comunicación, aunque siguen siendo más numerosas las investigaciones relacionadas con ellos, como los estudios sobre industrias culturales y representaciones, receptores, tecnologías de información y la relación educación-comunicación.

Quizá estas tendencias se deban a la influencia de los profesores-asesores y del programa curricular de las maestrías, pero más aún a las inquietudes entre los estudiosos no sólo de la comunicación sino de las ciencias sociales en general, respecto de:

- Las industrias culturales (la televisión en particular) y su rol en la construcción de representaciones simbólicas y prácticas culturales.
- Los usos, formas percepción e interpretación de los mensajes por parte de los receptores.

Se detecta en las tres universidades una tendencia hacia la vinculación entre los problemas o necesidades sociales y la formación de investigadores y profesionales de la comunicación, más aún en aquellas tesis que presentan estudios de caso, propuestas de estrategias o estudios puntuales sobre oferta o consumo de productos comunicacionales, situados todos en un tiempo y espacio concretos. Es significativa la búsqueda de soluciones prácticas para problemas sociales concretos, por medio de investigaciones que emplean diversos instrumentos metodológicos y que se enriquecen de otras disciplinas; en este sentido, las maestrías en verdad pueden llegar a ser un espacio privilegiado y estratégico para la formación de agentes capaces de reflexionar, actuar y transformar, al menos en cierta medida, las relaciones sociales en las que se encuentran, aunque aún se presentan algunas deficiencias en la formación para la investigación y en la difusión de los trabajos.

La reproducción del campo, en cuanto a la formación de agentes y a la producción de conocimiento, se supedita a las tendencias, intereses (temáticos y de formación) y recursos de las instituciones, que a su vez están sujetas a los vaivenes políticos y económicos del país; pero, sobre todo, el proceso de reproducción se concreta en la planta docente de la maestría, pues de los profesores dependen no sólo las cuestiones académicas del programa y la tutoría de los alumnos (inclusive, en cierta forma, el índice de titulación) sino también la posibilidad de vincular la docencia con la investigación por medio del desarrollo de estudios interdisciplinarios y su difusión, la participación en foros académicos y la relación con otros agentes del campo.

Los profesores y asesores son agentes clave en el proceso de reproducción del campo académico, como docentes (en la orientación, contribución y seguimiento del proceso formativo de los nuevos agentes) y, muchas veces, como generadores de bienes simbólicos, producto de sus prácticas científicas y académicas. Estos bienes simbólicos van integrando un acervo cultural que contribuye a la consolidación del campo y al avance del conocimiento, en especial cuando se abren espacios para la discusión y el diálogo en torno al objeto de estudio de la disciplina.

Las tesis de maestría reflejan también algunos de los principales problemas de reproducción y articulación del campo académico de la comunicación.¹⁰ Muchas de ellas terminan siendo un ensayo pobremente fundamentado o un producto comunicativo inconsistente con su propio marco teórico–metodológico. Esto se debe a dos razones principales:

- La formación en investigación aún presenta ciertas deficiencias (que tienen sus raíces en los programas de licenciatura) debido a la falta de personal capacitado que forme investigadores o por lo menos dé seguimiento a los proyectos de tesis; a la escasez de materias de metodología de la investigación con aplicaciones prácticas y a la falta de claridad de sus contenidos.
- No existe una difusión adecuada de las investigaciones ni una sistematización de la información documental que permita tener acceso a otros estudios realizados dentro del campo.

Muchas de las tesis, al final, mencionan que la investigación en cuestión es tan sólo una aproximación al tema y proponen una lista de problemas que después podrían ser abordados. Con algunas excepciones, no existen trabajos que abonen a una investigación más amplia, que se complementen o que le den continuidad: parecen responder más a preocupaciones individuales de sus autores que a esas propuestas de continuidad. Aunque un número significativo cita a otras tesis de maestría de la universidad (más aún entre las de la UNAM) e investi-

¹⁰. Los principales problemas del campo académico de la comunicación, según varios autores, son: la triple marginalidad de las ciencias de la comunicación y, como consecuencia, la escasez de recursos para la investigación: “marginal con respecto a las ciencias sociales, éstas en el conjunto de la actividad científica y ésta en relación con las prioridades del desarrollo nacional” (Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz, 1989); los trabajos de investigación como esfuerzos personales que no contribuyen al crecimiento ni consolidación del campo académico, así como la incapacidad para generar una discusión académica sistemática que produzca reflexiones epistemológico–metodológicas importantes; la dispersión y duplicación de los esfuerzos por falta de conocimiento acerca de otras investigaciones y por falta de sistematización de la información documental; la precaria formación en investigación desde los programas de licenciatura y posgrado, y la falta de nexos entre los estudios de comunicación, la formación de investigadores y profesionales de este campo, y los problemas y necesidades sociales.

gadores mexicanos, aún existe una escasa referencia a antecedentes nacionales de investigación en los estados de la cuestión, que toman como principal punto de partida a autores extranjeros (Torre Escoto y Fuentes Navarro, 2002).

El proceso educativo es muy complejo e intervienen en él muchos factores. Por esta razón, aunque los programas de maestría propongan ciertas rutas y ofrezcan recursos para llegar a determinadas metas en la formación de especialistas, los resultados suelen ser diversos. Aún así, es posible delimitar el espectro y focalizar la reproducción del campo por medio de la construcción de marcos de referencia compartidos entre los estudiantes de maestría, gracias a cursos enfocados a determinados aspectos y a la adscripción de los profesores a ciertas líneas de investigación, lo cual propicia el desarrollo de trabajos dentro de un mismo ámbito. Por ello, el conocimiento acerca de las necesidades sociales y la definición de prioridades institucionales respecto de estas, es fundamental para la propuesta de opciones curriculares y líneas de investigación, pensadas en la formación de especialistas y en el desarrollo de investigaciones para atender determinados temas socialmente pertinentes, que a su vez contribuyan a la consolidación del campo de la comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aceves González, Francisco de Jesús (1993). “Publicaciones sobre comunicación en México: las palabras errantes”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, año 6, núm.31, Fundación Manuel Buendía, México.
- Acosta Urquidi, Mariclaire (1976). “Comunicación colectiva y socialización política: estudio comparativo del campo y la ciudad”, en *Estudios Políticos*, vol.2, núm.5, FCPys-UNAM, México.
- Aguilar Camín, Héctor (1982). *Saldos de la revolución: cultura y política de México 1910-1980*, Nueva Imagen, México.
- Anderson, James A. (1996). *Communication theory. Epistemological foundations*, The Guilford Press, Nueva York.
- Arredondo Ramírez, Pablo (1986). *Los medios de comunicación en Jalisco* (Cuadernos de Difusión Científica, 3), Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1997). “La génesis de un espacio académico. Notas sobre la construcción del Centro de Estudios de Información y la Comunicación de la Universidad de Guadalajara”, en *Comunicación y Sociedad*, núm.30, DECS-Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Arredondo Ramírez, Pablo y Enrique Sánchez Ruiz (1986). *Comunicación social, poder y democracia en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Bakhtin, Mikhail Mikhailovich (1982). *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI, México.

- Barnes, Barry *et al.* (comps.) (1980). *Estudios sobre sociología de la ciencia* (Alianza Universidad, 261), Alianza, Madrid.
- Bartra, Roger (1987). *La jaula de la melancolía. Identidad y metamorfosis del mexicano*, Grijalbo, México.
- Beltrán, Luis Ramiro (1974). “Communication research in Latin America: the blindfolded inquiry?”, International Scientific Conference on Mass Communication and Social Consciousness in a Changing World, IAMCR, Leipzig (en español: *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, trascendencia y proyección*, Plural Editores, La Paz, 2000).
- (1981). “Estado y perspectivas de la investigación en comunicación social en América Latina”, en *Memorias de la Semana Internacional de la Comunicación (1980 ago. 18–22: Bogotá)* (Cuadernos de Comunicación Social, 29), Facultad de Comunicación y Lenguaje–Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- (2000a). “Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica (1976)”, en *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, trascendencia y proyección*, Plural Editores, La Paz.
- (2000b). *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, trascendencia y proyección*, Plural Editores, La Paz.
- Bonfil Batalla, Guillermo (1987). *México profundo. Una civilización negada*, CIESAS/SEP, México.
- Borgman, Christine L. (1989). “Bibliometrics and scholarly communication”, en *Communication Research*, vol.16, núm.5.
- Bourdieu, Pierre (1976). “Le champ scientifique”, en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, núms. 1/2, París (traducción de las citas al español de Raúl Fuentes).
- (1988a). *Homo Academicus*, Stanford University Press, Stanford.
- (1988b). *Cosas dichas*, Gedisa, Buenos Aires.
- (1989). *O poder simbólico*, Difel, Lisboa.
- (1998). *La distinción (1979)*, Taurus, Madrid.
- (2000). “El campo científico (1976)”, en *Los usos sociales de la ciencia*, Nueva Visión, Buenos Aires.
- Bourdieu, Pierre y Loïc J.D. Wacquant (1995). *Respuestas: por una antropología reflexiva*, Grijalbo, México.
- Brunner, Jerome (1988). *Realidad mental y mundos posibles*, Gedisa, Barcelona.
- Cassirer, Ernst (1951). *Las ciencias de la cultura*, FCE, México.

- Cetto, Ana María (1995). “Mensaje inaugural”, en Cetto, Ana María y Kai-Inge Hillerud (comps.), *Publicaciones científicas en América Latina*, AIC/FCE/ICSU/UNAM/UNESCO, México.
- Cetto, Ana María y Kai-Inge Hillerud (comps.) (1995). *Publicaciones científicas en América Latina*, AIC/FCE/ICSU/UNAM/UNESCO, México.
- Clark, Burton R. (1992). *El sistema de educación superior. Una visión comparativa de la organización académica*, Nueva Imagen/UAM–Azcapotzalco/Universidad Futura, México.
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT (1999). Padrón de programas de posgrado de excelencia para ciencia y tecnología. Documentos para la evaluación de los programas por los árbitros externos, CONACYT, México.
- Crane, Diana (1972). *Invisible colleges. Diffusion of knowledge in scientific communities*, The University of Chicago Press, Chicago/Londres.
- Crovi Druetta, Delia María (coord.) (1995). *Desarrollo de las industrias culturales audiovisuales en México y Canadá*, UNAM (Proyecto Monarca), México.
- Dervin, Brenda y Melvin J. Voigt (eds.) (1984). *Progress in communication sciences*, vol.V, Ablex, Norwood.
- Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (1988). Vol.2, núms. 4/5, Programa Cultura–Universidad de Colima, Colima.
- (1995). Época II, vol.1, núm.1, Programa Cultura–Universidad de Colima, Colima.
- Fernández Christlieb, Fátima (1982). *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos Editor, México.
- Fortes Besprosvani, Mauricio (2001). “Los estudiantes como actores del posgrado: eficiencia terminal”, en Sánchez Puentes, Ricardo y Martiniano Arredondo Galván (coords.), *Pensar el posgrado: la eficiencia terminal en ciencias sociales y humanidades de la UNAM*, UNAM, México.
- Fossaert, Robert (1983). *La société. Les structures idéologiques*, t.VI, Du Seuil, París.
- Fuentes Navarro, Raúl (1988). *La investigación de comunicación en México. Sistematización documental 1956–1986*, Edicom, México.
- (1990a). “Cuadernos de Comunicación y la constitución de un campo académico y profesional en México (1975–1990)”, en *Cuadernos de Comunicación*, núm.100, Comunicología Aplicada de México, México.

- (1990b). “La investigación latinoamericana sobre medios masivos e industrias culturales y la comunicación”, en *Diálogos de la Comunicación*, núm.9, FELAFACS, Bogotá.
- (1991a). *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*, CONEICC/ITESO, Guadalajara.
- (1991b). “Prácticas profesionales y utopía universitaria: notas para repensar el modelo de comunicador”, en *Diálogos de la Comunicación*, núm.31, FELAFACS, Lima.
- (1992). *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*, FELAFACS, México.
- (1994). *Notas sobre filosofía y sociología de la ciencia* (Huella, 23), ITESO, Guadalajara.
- (1995). “La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones”, en Galindo Cáceres, Luis Jesús y Carlos Eduardo Luna Cortés (coords.), *Campo académico de la comunicación. Hacia una reconstrucción reflexiva* (Pensar la Cultura), CONACULTA/ITESO, México.
- (1996a). “Hacia una investigación postdisciplinaria de la comunicación”, en *Telos*, núm.47, FUNDESCO, Madrid.
- (1996b). *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986–1994*, ITESO/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1997a). “Consolidación y fragmentación de la investigación de la comunicación en México, 1987–1997” en *Comunicación y Sociedad*, núm.30, DECS–Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1997b). “Retos disciplinarios y postdisciplinarios para la investigación de la comunicación”, en *Comunicación y Sociedad*, núm.31, DECS–Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1998). *La emergencia de un campo académico. Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*, ITESO/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1999a). “La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI”, en *Diálogos de la Comunicación*, núm.56, FELAFACS, Lima.
- (1999b). “La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI”, en *Comunicación y Sociedad*, núm.36, DECS–Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

- (2000a). *Educación y telemática* (Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación), Norma, Buenos Aires.
- (2000b). “La formación universitaria de profesionales de la comunicación y su renovación como un proyecto social”, en *Diálogos de la Comunicación*, núms. 59/60, FELAFACS, Lima.
- (2003a). “La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: hacia la construcción de un marco epistemológico para los estudios de la comunicación”, en Vassallo de Lopes, Maria Immacolata (org.), *Epistemologia da Comunicação*, Loyola, São Paulo.
- (2003b). *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995–2001*, CONACYT/ITESO, Guadalajara.
- (en prensa a). “El campo académico de la comunicación en México: fundamentos de la postdisciplinariedad (2000)”, documento para ser publicado en Valenzuela Arce, José Manuel (coord.), *Los estudios culturales en México* (Biblioteca Mexicana), CONACULTA/FCE, México.
- (en prensa b). “El campo académico de la comunicación en México como objeto de análisis auto-reflexivo (2002)”, documento para ser publicado en Lozano Rendón, José Carlos (coord.), *La comunicación en México. Diagnósticos, balances y retos*, CECSA, México.
- Fuentes Navarro, Raúl y Enrique E. Sánchez Ruiz (1989). *Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México* (Huella, 17), ITESO, Guadalajara.
- (1992). “La investigación sobre comunicación en México: los retos de institucionalización”, en Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventas* (Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, 3), UIA, México.
- Galindo Cáceres, Luis Jesús y Carlos Eduardo Luna Cortés (coords.) (1995). *Campo académico de la comunicación. Hacia una reconstrucción reflexiva* (Pensar la Cultura), CONACULTA/ITESO, México.
- García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México.
- Gaunt, Philip (ed.) (1993). *Beyond agendas. New directions in communication research*, Greenwood Press, Westport.
- Geertz, Clifford (1980) “Blurred genres”, en *The American Scholar*, núm.49.

- Gerbner, George (1983). "The importance of being critical—in one's own fashion" en *Journal of Communication. Ferment in the field*, vol.33, núm.3, Oxford University Press, Nueva York.
- Giddens, Anthony (1984). *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*, University of California Press, Berkeley/Los Ángeles.
- Glander, Timothy (2000). *Origins of mass communications research during the american cold war. Educational effects and contemporary implications*, Lawrence Erlbaum Associates, Nueva Jersey.
- González Molina, Gabriel (1989). *The production of mexican commercial television news: The supremacy of corporate rationale*, tesis de doctorado en ciencias sociales, Universidad de Leicester, Leicester.
- Habermas, Jürgen (1989). *Teoría de la acción comunicativa*, 2 tt, Taurus, Buenos Aires.
- Hardt, Hanno (1992). *Critical communication studies. Communication, history and theory in America*, Routledge, Nueva York.
- Hullebroeck, Joëlle (comp.) (1994). *Repertorio de revistas latinas de comunicación y cultura*, Unión Latina, Lima.
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, ITESM (2000). Folleto promocional de la Maestría en Ciencias con especialidad en Comunicación, ITESM, Monterrey.
- Jara, José Rubén (1981). "Información básica sobre la investigación de la comunicación en México: documentos, instituciones, publicaciones, investigadores y un análisis del estado actual de la disciplina", en *Comunicación, algunos temas*, año 1, núms. 2-3-4, ARMO/CENAPRO, México.
- Jensen, Klaus Bruhn (1995). *The social semiotics of mass communication*, Sage, Londres.
- Journal of Communication. Ferment in the field* (1983). Vol.33, núm.3, Oxford University Press, Nueva York.
- Journal of Communication. The future of the field: between fragmentation and cohesion* (1993). Vol.43, núms. 3-4, Oxford University Press, Nueva York.
- Krippendorff, Klaus (1980). *Content analysis: an introduction to its methodology*, Sage, Beverly Hills.
- (1994). "The past of communication's hoped-for future" en Levy, Mark R. y Michael Gurevitch, *Defining media studies. Reflections on the future of the field*, Oxford University Press, Nueva York.

- Kuhn, Thomas S. (1971). *La estructura de las revoluciones científicas* (Breviarios, 213), FCE, México.
- (1982). *La tensión esencial. Estudios selectos sobre la tradición y el cambio en el ámbito de la ciencia* (1977), CONACYT/FCE, México.
- Lazarsfeld, Paul (1993). *On social research and its language*, University of Chicago Press, Chicago/Londres.
- Lemaine, Gerard *et al.* (eds.) (1976). *Perspectives on the emergence of scientific disciplines*, Mouton/Aldine, La Haya/Chicago.
- Levy, Mark R. y Michael Gurevitch (1993). “Editor’s note”, en *Journal of Communication. The future of the field: between fragmentation and cohesion*, vol.43, núms. 3–4, Oxford University Press, Nueva York.
- (1994). *Defining media studies. Reflections on the future of the field*, Oxford University Press, Nueva York.
- Mancini, Paolo (1993). “The legitimacy gap: a problem of mass media research in Europe and the United States”, en *Journal of Communication. The future of the field I*, vol.43, núm.3, Oxford University Press, Nueva York.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (Mass Media), Gustavo Gili, Barcelona/México.
- (1990). “De los medios a las prácticas”, en Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación* (Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, 1), PROIICOM-UIA, México.
- (1992). “Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad”, en *Diálogos de la Comunicación*, núm.32, FELAFACS, Lima.
- (2001). “Deconstrucción de la crítica: nuevos itinerarios de la investigación”, en Vassallo de Lopes, Maria Immacolata y Raúl Fuentes Navarro (comps.), *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, ITESO/UAA/Universidad de Colima/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, FCE, Santiago de Chile.
- Matlon, Ronald J. y Sylvia P. Ortiz (eds.) (1992). *Index to journals in communication studies through 1990*, Speech Communication Association, Annandale.
- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart (1987). *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*, FUNDESCO, Madrid.

- (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, Barcelona/Buenos Aires.
- Maus, Marcel (1974). *Introducción a la etnografía*, Istmo, Madrid.
- Mead, George Herbert (1982). *Espíritu, persona y sociedad*, Paidós, Barcelona.
- Mejía Arauz, Laura Rebeca y Sergio Antonio Sandoval Cortés (coords.) (1998). *Tras las vetas de la investigación cualitativa*, ITESO, Guadalajara.
- Merton, Robert K. (1980). “Los imperativos institucionales de la ciencia (1942)”, en Barnes, Barry *et al.* (comps.), *Estudios sobre sociología de la ciencia* (Alianza Universidad, 261), Alianza, Madrid.
- Nixon, Raymond B. (1974). “La enseñanza del periodismo en América Latina”, en *Comunicación y Cultura*, núm.2, Galerna, Buenos Aires.
- Orozco Gómez, Guillermo (coord.) (1990) *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación* (Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, 1), PROIICOM–UIA, México.
- (1997). *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social–Universidad Nacional de La Plata, La Plata.
- (coord.) (2000) *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, De la Torre, Madrid.
- Orozco Martínez, Carlos Enrique (1999). Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la ciencia y la cultura del ITESO, documento de trabajo para el taller de posgrados del CONEICC, ITESO, Guadalajara.
- Ortiz, Renato (1999). “Ciencias sociales, globalización y paradigmas”, en Reguillo Cruz, Rossana y Raúl Fuentes Navarro (coords.), *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*, ITESO, Guadalajara.
- Paisley, William (1984). “Communication in the communication sciences”, en Dervin, Brenda y Melvin J. Voigt (eds.), *Progress in communication sciences*, vol.v, Ablex, Norwood.
- Park, Robert (1969). “Las noticias como forma de conocimiento. Un capítulo en la sociología del conocimiento”, en Steinberg, Charles S, *Los medios de comunicación social*, Roble, México.
- Paquali, Antonio (1970). *Comprender la comunicación*, Monte Ávila, Caracas.
- Peters, John Durham (1986). “Institutional sources of intellectual poverty in communication research”, en *Communication Research*, vol.13, núm.4.

- (1988). “The need for theoretical foundations. Reply to Gonzalez”, en *Communication Research*, vol.15, núm.3.
- (1999). *Speaking into the air. A history of the idea of communication*, University of Chicago Press, Chicago.
- Pietilä, Veikko (1994). “Perspectives on our past: charting the histories of mass communication studies”, en *Critical Studies in Mass Communication*, vol.11, núm.4.
- Price, Derek J. de Solla (1963). *Little science, big science*, Columbia University Press, Nueva York.
- Pritchard, Alan (1969). “Statistical bibliography or bibliometrics”, en *Journal of Documentation*, vol.25, núm.4.
- Ramírez y Ramírez, Karla Margarita (2003). *Destellos de la comunicación, la diseminación del conocimiento a través de las publicaciones académicas*, tesis de Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la ciencia y la cultura, ITESO, Guadalajara.
- Reguillo Cruz, Rossana (1998). “La pasión metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación”, en Mejía Arauz, Laura Rebeca y Sergio Antonio Sandoval Cortés (coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa*, ITESO, Guadalajara.
- Reguillo Cruz, Rossana y Raúl Fuentes Navarro (coords.) (1999). *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*, ITESO, Guadalajara.
- Rogers, Everett M. (1993). “Looking back, looking forward: a century of communication study”, en Gaunt, Philip (ed.), *Beyond agendas. New directions in communication research*, Greenwood Press, Westport.
- (1994). *A history of communication study. A biographical approach*, The Free Press, Nueva York.
- Rosengren, Karl Erik (1983). “Communication research: One paradigm or four?”, en *Journal of Communication. Ferment in the field*, vol.33, núm.3, Oxford University Press, Nueva York.
- (1993). “From field to frog ponds”, en *Journal of Communication. The future of the field I*, vol.43, núm.3, Oxford University Press, Nueva York.
- Rota, Josep (1974). “Remarks on journalism education and research in the Americas”, en *Mass Communication in Mexico*, resultado del seminario realizado en la ciudad de México del 11 al 15 de marzo, Association for Education in Journalism/ UIA, México.

- Saintout, Florencia (1998). “La recepción de los medios masivos en la revista *Comunicación y Sociedad*: una primera exploración”, en *Comunicación y Sociedad*, núm.32, DECS–Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Sánchez Puentes, Ricardo y Martiniano Arredondo Galván (coords.) (2001) *Pensar el posgrado: la eficiencia terminal en Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM*, UNAM, México.
- Sánchez Ruiz, Enrique E. (comp.) (1988). *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*, Edicom/Universidad de Guadalajara, México.
- (1992). *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1995). “La investigación de la comunicación en tiempos neoliberales. Nuevos retos y posibilidades”, en Galindo Cáceres, Luis Jesús y Carlos Eduardo Luna Cortés (coords.), *Campo académico de la comunicación. Hacia una reconstrucción reflexiva* (Pensar la Cultura), CONACULTA/ITESO, México.
- (1997). “Algunos retos para la investigación mexicana de comunicación. Una reflexión personal (en diálogo con Raúl Fuentes)”, en *Comunicación y Sociedad*, núm.30, DECS–Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (2000). “Industrias culturales y globalización: un enfoque histórico estructural”, en Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, De la Torre, Madrid.
- Schwartz, Howard y Jerry Jacobs (1984). *Sociología cualitativa: método para la reconstrucción de la realidad*, Trillas, México.
- Sewell Jr., William H. (1992). “A theory of structure. Duality, agency and transformation”, en *American Journal of Sociology*, vol.98, núm.1.
- Thompson, John B. (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*, Stanford University Press, Stanford.
- Torre Escoto, Gabriela de la y Raúl Fuentes Navarro (2002). “Producción de conocimiento y formación de investigadores: un análisis de las tesis de maestría en comunicación en México (1996–2000)”, en *Anuario de Investigación de la Comunicación*, t.IX, CONEICC, México.
- Universidad Iberoamericana, UIA (1993). *Catálogo general de posgrado*, Dirección General Académica–UIA, México.
- Vassallo de Lopes, Maria Immacolata (2001). “Reflexiones sobre el estatuto disciplinario del campo de la comunicación”, en Vassallo de Lopes, Maria Immacolata y Raúl

- Fuentes Navarro (comps.), *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, ITESO/UAA/Universidad de Colima/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (org.) (2003). *Epistemologia da Comunicação*, Loyola, São Paulo.
- Vassallo de Lopes, Maria Immacolata y Raúl Fuentes Navarro (comps.) (2001). *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, ITESO/UAA/Universidad de Colima/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Velasco Gómez, Ambrosio (coord.) (2000). *El concepto de heurística en las ciencias y las humanidades*, CIICH-UNAM/Siglo XXI, México.
- Versión. Estudios de Comunicación y Política* (1991). Núm. 1, UAM-Xochimilco, México.
- Wahl-Jorgensen, Karin (2000). “Rebellion and ritual in disciplinary histories of US mass communication study: looking for ‘The reflexive turn’”, en *Mass Communication & Society*, vol.3, núm.1.
- Wallerstein, Immanuel *et al.* (1996). *Abrir las ciencias sociales*, CIIH-UNAM/Siglo XXI, México.
- Williams, Raymond (2000). *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*, Nueva Visión, Buenos Aires.

Referencias en la Internet

- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT/Secretaría de Educación Pública, SEP (2001). *Convocatoria 2001-2002 del Programa para el fortalecimiento del posgrado nacional*, publicado el 31 de octubre de 2001 en la Internet (<http://www.main.conacyt.mx/daic/padron-excel/index.html>)
- Universidad Iberoamericana, UIA. <http://www.uia.mx/ibero/prog/posgrados/mcomunicacion/default.html> y <http://www.uia.mx/posgrados/comunicación/programa.html> (consultadas en enero de 1999).
- Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM. <http://www.posgrado.unam.mx/ppcps/planest/COM.html>, <http://dgep.posgrado.unam.mx/progpos/pcps.html> y <http://sociolan.politicas.unam.mx/estudios1.htm> (consultadas en enero de 1999 y junio de 2002).

*Producción, circulación y reproducción académicas
en el campo de la comunicación en México*
se terminó de imprimir en octubre de 2004
en los talleres de Editorial Pandora, SA de CV
Caña 3657, Guadalajara, Jalisco, México, CP 44470.
La edición, que consta de 1,000 ejemplares,
estuvo a cargo de la Oficina de Difusión
de la Producción Académica del ITESO.

Este libro es una contribución para disminuir la brecha que separa los distintos trabajos de investigación y propiciar un trabajo reflexivo e incluyente, ya que el campo académico de la comunicación en México —un campo emergente— se enfrenta al desconocimiento de sus propios productos, pues los investigadores han tendido al aislamiento y desarticulación. No es raro, en este contexto, que muchos de los esfuerzos se pierdan en su propia divergencia.

Raúl Fuentes Navarro repasa la historia epistemológica del campo y propone líneas de discusión y acción en el ámbito de su enseñanza; por su parte, las aportaciones de Karla Margarita Ramírez, con un estudio de tres revistas académicas mexicanas de comunicación, y Gabriela de la Torre, con un análisis sobre las tesis de maestría en comunicación de tres de las principales universidades del país entre 1996 y 2000, contribuyen a perfilar las características generales de esta especialidad.

Esta obra es uno de los productos del proyecto *La investigación académica sobre comunicación en México 1950–2000*, apoyado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

Raúl Fuentes Navarro ha publicado diversos trabajos académicos acerca de la enseñanza y la investigación de la comunicación en México y en América Latina desde 1980; es profesor investigador numerario del Departamento de Estudios Socioculturales (DESO) del ITESO, doctor en ciencias sociales por la Universidad de Guadalajara y miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Karla Margarita Ramírez y Ramírez es becaria del CONACYT en el Programa de Doctorado Conjunto en Comunicación, ofrecido por la Universidad de Montreal, la Universidad de Concordia y la Universidad de Québec à Montreal, en Canadá, y colabora con la Universidad de Colima como periodista desde 1993 en la Dirección General de Información. Finalmente, Gabriela de la Torre Escoto es maestra en comunicación con especialidad en difusión de la ciencia y la cultura por el ITESO y labora como académica en esta institución, en el DESO.

